



TESIS PM 147501

Peningkatan Kualitas Pelayanan Obyek Wisata Pantai Talang Siring di Kabupaten Pamekasan

**ALIFIANA HAFIDIAN RIZKIYANI
9113201407**

**Dosen Pembimbing
Dr. Ir. Fuad Achmadi, MSME**

**PROGRAM MEGISTER
BIDANG KEAHLIAN MANAJEMEN INDUSTRI
PROGRAM PASCA SARJANA
INSTITUT SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA
2016**



TESIS PM 147501

**IMPROVEMENT OF QUALITY SERVICE TALANG
SIRING BEACH IN THE DISTRICT PAMEKASAN**

**ALIFIANA HAFIDIAN RIZKIYANI
9113201407**

**Supervisor
Dr. Ir. Fuad Achmadi, MSME**

**TECHNOLOGY MANAGEMENT MASTER
PROGRAM INDUSTRIAL MANAGEMENT EXPERTISE
GRUADUATE PROGRAM
INSTITUTE OF TECHNOLOGY SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA
2016**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkah, karunia dan tuntunan-Nya, penyusunan tesis ini akhirnya dapat penulis selesaikan dengan baik. Penyusunan tesis ini sebagai salah satu syarat akademik yang harus dipenuhi pada program Magister Manajemen Teknologi – Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini yang berjudul “Peningkatan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Pantai Talang Siring di Kabupaten Pamekasan.” untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Ayah, mama, uma, papa yang telah memberikan dukungan moral, materi dan spiritual yang tak hentinya diberikan kepada penulis.
2. Dr.Ir.Fuad Achmadi, MSME, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingan, masukan, nasihat serta motivasi selama penyusunan tesis.
3. Muhammad Taufiqul Akbar atas doa, dukungan dan semangatnya dalam penyusunan tesis.
4. Prof.Dr.Ir.Buana Ma'ruf, M.Sc., MM dan Prof.Dr.Ir.Udi Subakti Ciptomulyono, M.EngSc selaku dosen penguji atas segala saran dan kritik yang membangun.
5. Ibu Prof. Dr. Yulinah Trihadiningrum, MAppSc., selaku Kepala Program Studi Magister Manajemen Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.
6. Bapak Ir. I putu Artha Wiguna, MT, Ph.D, selaku Koordinator Bidang Program Studi Magister Manajemen Teknologi Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.
7. Ibu Gita Widi Bhawika, SST, MMT, selaku Dosen Wali atas segala perhatian, arahan dan kesabaran beliau dalam membimbing saya agar semangat dalam menyelesaikan perkuliahan.

8. Bapak/Ibu Karyawan dan Staf MMT ITS, terimakasih atas pelayanan dan kerjasamanya selama saya menempuh studi di MMT ITS.
9. Teman – Teman satu angkatan program studi Magister Manajemen Teknologi bidang keahlian Manajemen Industri, ITS.
10. Serta pihak – pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas semua bantuan dalam penyusunan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan teisi ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu kritikan, masukan dan saran akan sangat berarti bagi penulis. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat baik bagi penulis maupun pembaca. Terima Kasih

Surabaya, 24 Januari 2016

Penulis

LEMBAR PENGESAHAN

Tesis disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Magister Manajemen Teknologi (M.MT)
di
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh :

ALIFIANA HAFIDIAN RIZKIYANI
NRP. 9113 201 407

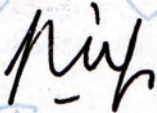
Tanggal Ujian : 22 Januari 2016
Periode Wisuda : Maret 2016

Disetujui oleh :



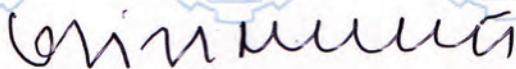
1. **Dr. Ir. Fuad Achmadi, MSME**
NIDN. 0720116103

(Pembimbing)



2. **Prof. Dr. Ir. Buana Ma'aruf, M.Sc., MM**
NIP. 19611015 198703 1 003

(Penguji)



3. **Prof. Dr. Ir. Udi Subakti Ciptomulyono, M.EngSc**
NIP. 19590318 198701 1 001

(Penguji)



Direktur Program Pascasarjana,



Prof. Ir. Djauhar Manfaat, M.Sc., Ph.D.
NIP. 19601202 198701 1 001

PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN OBJEK WISATA PANTAI TALANG SIRING DI KABUPATEN PAMEKASAN

Nama Mahasiswa : Alifiana Hafidian Rizkiyani
NRP : 9113201407
Dosen Pembimbing : Dr.Ir.Fuad Achmadi, MSME

ABSTRAK

Dalam mengembangkan produk jasa di wisata pantai Talang Siring, diperlukan adanya upaya untuk meningkatkan kualitas produk wisata. Melihat dari penurunan jumlah wisatawan dari tahun ke tahun, membuktikan bahwa produk wisata pantai Talang Siring belum dikelola dengan baik dan maksimal.

Populasi penelitian adalah wisatawan pantai Talang Siring dengan jumlah 16.404 wisatawan. Jumlah sampel sebanyak 98 orang dengan menggunakan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling* dan rumus *Slovin*. Analisis yang digunakan dalam mengetahui kesesuaian antara harapan dan kenyataan, digunakan model diagram Kartesius. Hasil yang didapat dari Diagram Kartesius diolah dengan *House of Quality* di QFD.

Hasil dari analisis *Servqual* dan *QFD* menunjukkan bahwa prioritas utama dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan pantai Talang Siring yaitu: (1) konservasi mangrove untuk membantu pemulihan SDA dan dapat menjadi bank hidup ekosistem pantai, (2) mengadakan *event culture tourism* yang dilakukan secara rutin dan keramah – tamahan budaya masyarakat Madura, (3) memberikan bekal edukasi kepada nelayan agar melakukan hal yang benar dalam melakukan aktivitasnya sehingga tidak merusak biota laut, (4) mengikuti *event* nasional dan internasional guna memperkenalkan potensi wisata, dan (5) melakukan kegiatan promosi dari media cetak, membuat web khusus ODTW.

Kata kunci: Wisata Pantai, *Servqual*, *Quality Function Development (QFD)*

“halaman ini sengaja dikosongkan”

IMPROVEMENT OF QUALITY SERVICE TALANG SIRING BEACH IN THE DISTRICT PAMEKASAN

By : Alifiana Hafidian Rizkiyani
Identity Number : 9113201407
Supervisor : Dr. Ir. Fuad Achmadi, MSME

ABSTRACT

In developing beach tourism product and services in Talang siring, efforts are required to improve the quality of tourism products. Judging from the reduction in the number of tourists from year to year, proving that the beach tourism products Gutter siring not managed properly and optimally.

The study population was a tourist beach Talang siring the number 16 404 tourists. The total sample of 98 people using the sampling method used is purposive sampling and Slovin formula. The analysis used in knowing the fit between the expectations and kenyataan, digunakan models Cartesian diagram. The results of the Cartesian diagram is processed with the House of Quality in QFD.

Results of the analysis of SERVQUAL and QFD shows that the top priority in efforts to improve service quality beach Gutter siring namely: (1) the conservation of mangroves to help the recovery of natural resources and can be a bank of life of coastal ecosystems, (2) holding an event culture tourism are carried out routinely and hospitality - hospitality culture of Madura, (3) provide supplies educating fishermen to do the right thing in their activities so as not to damage the marine biota, (4) following the national and international events in order to introduce tourism potential, and (5) promotional activities of media print, create a special web ODTW.

Keyword: Beach Tourism, Servqual, Quality Function Development (QFD)

“halaman ini sengaja dikosongkan”

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR RUMUS	xvii
DAFTAR PETA	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	3
1.6 Sistematika Penulisan	3
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	9
2.2 Karakteristik Jasa	10
2.3 Defenisi Pariwisata	11
2.4 Komponen Pariwisata	12
2.5 Model Pengembangan Minat Khusus	20
2.6 Konsep Pariwisata Bahari.....	21
2.7 Metode <i>Servqual</i>	23
2.8 <i>Importance and Performance Analysis</i> (IPA)	26
2.9 <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	27
2.10 Sintesa Tinjauan Pustaka, Indikator, Variabel Penelitian.....	31

BAB 3 METODA PENELITIAN

3.1	Jenis Peneliti.....	35
3.2	Variabel Penelitian	35
3.3	Populasi dan Sampel	37
3.4	Metode Penelitian	38
3.4.1.1	Teknik Pengumpulan Data Primer	39
3.4.1.2	Data Sekunder	40
3.5	Pengujian Data	41
3.5.1.1	Uji Validitas	41
3.5.1.2	Uji Reliabilitas	41
3.6	Teknik Analisa	42
3.6.1	HOQ (Pembentukan <i>House of Quality</i>)	42
3.7	Alur Penelitian	45

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum	47
4.1.1	Gambaran Umum Kabupaten Pamekasan	47
4.1.2	Gambaran Umum Kawasan.....	47
4.1.3	Potensi Pariwisata Kabupaten Pamekasan	48
4.1.4	Proyeksi Jumlah Wisatawan 10 Tahun Mendatang.....	49
4.1.5	Daya Tarik Wisata Pantai Siring	50
4.1.6	Pesarean Makam Joko Tarub.....	51
4.1.7	Mangrove	51
4.2	Pengumpulan Data.....	52
4.2.1	Uji Validitas	52
4.2.2	Uji Reabilitas	54
4.3	Pengolahan Data Model <i>Service Quality</i> (<i>Servqual</i>)	56
4.3.1	Analisa Data Kuisiener Harapan	56
4.3.2	Analisa Data Kuisiener Kinerja/Kepuasan.....	58
4.4	Analisa Diagram Kartesius Kesesuaian Harapan dan Kepuasan Variabel	

Mutu Secara Keseluruhan	61
4.4.1 Sebaran Variabel - Variabel dalam diagram	62
4.4.2 Menghitung <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	62
4.5 Pembahasan Atribut-Atribut di Kaudran B dengan QFD	65
4.5.1 <i>Matrix What's (Customer Needs)</i>	65
4.5.2 <i>Matrix How's (Technical Respon)</i>	66
4.5.3 <i>Matrix Why (Planning Matrix)</i>	67
4.5.4 <i>Relation Matrix (What's vs How's)</i>	73
4.5.5 <i>Technical Corelation (Hubungan Atribut di Matrix How's)</i>	73
4.5.6 <i>Technical Matrix (Customer Requirment Priorities)</i>	74
4.6 Analisa <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	76
4.6.1 Analisa <i>Matrix Why's (Planning Matrix)</i>	76
4.6.2 Analisa <i>Matrix Technical Correlation</i>	78
4.6.3 Analisa <i>Relationship Matrix</i>	79
4.6.4 Analisa <i>Technical Respon</i>	79
4.7 Pembahasan.....	81
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87

“halaman ini sengaja dikosongkan”

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Faktor <i>Supply</i> dan <i>Demand</i> Kegiatan Pariwisata	13
Gambar 2.2 Model Konseptual <i>Servqual</i>	23
Gambar 2.3 <i>Importance Performance Matrix</i>	26
Gambar 2.4 <i>Model House of Quality</i>	28
Gambar 3.1 Alur Penelitian.....	45
Gambar 4.1 Jumlah Pengunjung Wisatawan	49
Gambar 4.2 Pantai Talang Siring	51
Gambar 4.3 Makam Joko Tarub.....	51
Gambar 4.4 Mangrove	52
Gambar 4.5 Sebaran Variabel dalam Diagram Kartesius	62
Gambar 4.6 <i>Importance Performance Analysis</i>	63

“halaman ini sengaja dikosongkan”

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Komponen-Komponen Pariwisata	17
Tabel 2.2 Indikator pada Komponen Pariwisata	20
Tabel 2.3 Matrik Hubungan	29
Tabel 2.11 Sintesa Tinjauan Pustaka, Indikator, Variabel Penelitian	31
Tabel 3.1 Variabel Penelitian	35
Tabel 3.2 <i>Skala Likert</i> pada Pengukuran Tingkat Kinerja	38
Tabel 3.3 <i>Skala Likert</i> pada Pengukuran Tingkat Harapan.....	38
Tabel 3.4 <i>Skala Likert</i> pada Pengukuran Tingkat Kepentingan.....	38
Tabel 4.1 Proyeksi Wisatawan 10 Tahun Mendatang.....	50
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan	53
Tabel 4.3 Hasil Uji <i>Reliability</i> Tingkat Kepuasan	55
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan	55
Tabel 4.5 Hasil Uji <i>Reliability</i> Tingkat Kepuasan	54
Tabel 4.6 Analisis pada <i>Tangibel</i> Kuisisioner Harapan	56
Tabel 4.7 Analisis Dimensi <i>Realibility</i> Kuisisioner Harapan	57
Tabel 4.8 Analisis Dimensi <i>Assurance</i> Kuisisioner Harapan	57
Tabel 4.9 Analisis Dimensi <i>Responsive</i> Kuisisioner Harapan.....	58
Tabel 4.10 Analisis Dimensi <i>Emphaty</i> Kuisisioner Harapan	58
Tabel 4.11 Analisis pada <i>Tangibel</i> Kuisisioner Kepuasan	58
Tabel 4.12 Analisis Dimensi <i>Realibility</i> Kuisisioner Kepuasan.....	59
Tabel 4.13 Analisis Dimensi <i>Assurance</i> Kuisisioner Kepuasan.....	60
Tabel 4.14 Analisis Dimensi <i>Responsive</i> Kuisisioner Kepuasan	60
Tabel 4.15 Analisis Dimensi <i>Emphaty</i> Kuisisioner Kepuasan	60
Tabel 4.16 Rerata Harapan dan Kepuasan Produk Wisata Pantai Talang	61
Tabel 4.17 <i>Matrix What</i>	66
Tabel 4.18 Tabel <i>Customer Importance</i>	66
Tabel 4.19 <i>Matrix How's</i> pada <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	67

Tabel 4.20 Nilai <i>Customer Satisfaction Performance</i> (CSP)	68
Tabel 4.21 Nilai <i>Goal</i> dalam <i>Planning Matrix</i>	68
Tabel 4.22 <i>Improvement Ration</i>	69
Tabel 4.23 Data <i>Service Point</i>	70
Tabel 4.24 Data Nilai <i>Raw Weight</i>	71
Tabel 4.25 Data Nilai <i>Normalized Raw Weight</i>	71
Tabel 4.26 <i>Matrix Why</i> (<i>Planing Matrix</i>)	72
Tabel 4.27 Nilai <i>Own Performance</i>	74
Tabel 4.28 <i>Target</i> dari <i>Atribut Matrix How's</i>	75

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Populasi dan Sampel	37
Rumus 3.2 Uji <i>Validitas</i>	41
Rumus 3.3 Uji <i>Reliability</i>	42
Rumus 4.1 Geometrik	50

“halaman ini sengaja dikosongkan”

DAFTAR PETA

Peta 1.1 Kabupaten Pamekasan	5
Peta 1.2 Lokasi Waisata	7

“halaman ini sengaja dikosongkan”

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.a Kuisisioner Tingkat Harapan	91
Lampiran 1.b Kuisisioner Tingkat Kinerja.....	93
Lampiran 2.a Tabulasi Data Tingkat Harapan	95
Lampiran 2.b Tabulasi Data Tingkat Kepuasan	97
Lampiran 3.a Hasil Perhitungan Validitas Kuisisioner Harapan.....	99
Lampiran 3.b Hasil Perhitungan Validitas Kuisisioner Kepuasan	101
Lampiran 4.a Tabulasi hasil Ujicoba Kuisisioner Harapan.....	103
Lampiran 4.b Tabulasi hasil Ujicoba Kuisisioner Kepuasan	105
Lampiran 5 <i>House of Quality</i>	107
Lampiran 6 <i>CSP, Goal dan Data Technical Matrix</i>	109

“halaman ini sengaja dikosongkan”

BAB 1

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan secara singkat mengenai latar belakang permasalahan yang mendasari penulis ini, kemudian diikuti dengan perumusan masalah yang selanjutnya dijelaskan juga mengenai tujuan dan manfaat penelitian.

1.1 Latar Belakang

Pariwisata telah menjadi salah satu industri yang penting dalam perkembangan perekonomian Indonesia. Hal ini karena pariwisata merupakan ujung tombak dari kemajuan perekonomian suatu Negara. Tujuan pengembangan pariwisata akan berhasil dengan optimal, apabila ditunjang oleh potensi daerah yang berupa objek wisata baik wisata alam maupun wisata buatan manusia. Pembangunan dan pengembangan daerah menjadi daerah tujuan wisata tergantung dari daya tarik wisata itu sendiri, yang dapat berupa keindahan alam, tempat bersejarah, tata cara hidup bermasyarakat maupun upacara keagamaan (Yoeti, 1985). Menurut dokumen RTRW Kabupaten Pamekasan tahun 2010 bahwa pariwisata di Kabupaten Pamekasan terbagi tiga kelompok besar berdasarkan obyek dan daerah tujuan wisata (ODTW) yaitu: wisata alam, budaya dan buatan. Wisata alam yang dimiliki oleh Kabupaten Pamekasan, salah satunya adalah pantai Talang Siring yang terdapat di pesisir sebelah selatan Kabupaten Pamekasan. Berdasarkan Rencana Strategi Pengembangan Pariwisata Kabupaten Pamekasan tahun 2011, kawasan pariwisata yang perlu mendapat prioritas pengembangan di Kabupaten Pamekasan salah satunya adalah objek wisata pantai Talang Siring. Nantinya objek tersebut dapat dijadikan sebagai *icon* obyek wisata pantai yang ada di Kabupaten Pamekasan. Letak wisata pantai Talang Siring berada di jalur utama antara Kabupaten Sumenep dan Kabupaten Pamekasan, sehingga pantai ini mempunyai peluang yang cukup untuk dikembangkan (RTRW Kabupaten Pamekasan, 2010).

Objek Wisata yang ada di pantai Talang Siring ini sangat berpotensi untuk dikembangkan, dimana terdapat beberapa potensi wisata

diantaranya: makam Joko Tarub, hutan *Mangrove*, *home industry* penghasil petis, ikan kering, budaya masyarakat dinamakan kesenian saronen dan petik laut. Permasalahan yang ada di lapangan yaitu belum adanya keterkaitan potensi wisata di kawasan ini, walaupun memiliki banyak potensi wisata, namun belum dapat dikembangkan secara optimal. Penulis pada tugas akhir (skripsi) ini melakukan penelitian dengan merumuskan konsep pengembangan objek wisata Talang Siring untuk mewujudkan *linkage* antara objek wisata yang satu dengan yang lain. Sehingga menghasilkan tiga zona pengembangan yaitu: zona inti, pendukung dan konservasi.

Adanya konsep pengembangan yang telah dirumuskan, masih belum mengatasi dalam pengembangan objek wisata ini. Hal ini dapat dilihat dari jumlah wisatawan pantai Talang Siring dari tahun ke tahun mengalami penurunan pengunjung. Penurunan jumlah pengunjung bisa dikarenakan tidak adanya pengelolaan yang baik dan tidak adanya peningkatan kualitas pelayanan wisata untuk mengembangkan produk wisata yang dimiliki Kabupaten Pamekasan (Halifaturrahman, Kabid Pariwisata Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pamekasan, 2012). Hal ini dapat dilihat dari jumlah kunjungan wisata pantai Talang Siring. Dari 17.785 wisatawan pada tahun 2011, mengalami penurunan jumlah pengunjung menjadi 17.325 wisatawan pada tahun 2012, dan 16.846 wisatawan pada tahun 2013, serta 16.404 wisatawan pada tahun 2014. (Disperindag, 2015).

Gunn(2002) membagi produk wisata yang terdiri atas: atraksi, servis/pelayanan, transportasi, informasi dan promosi. Promosi merupakan salah satu faktor yang belum dilakukan, sehingga kebijakan dari pemerintah Kabupaten Pamekasan masih minim. Hal ini dapat diketahui dengan belum adanya peningkatan arus kunjungan wisatawan di Kabupaten Pamekasan yang signifikan. Sistem promosi yang dijalankan pada kepariwisataan Kabupaten Pamekasan, ini hanya terbatas pada sistem promosi dengan menggunakan paflet dan buflet. Media promosi lain melalui situs internet sampai saat ini masih belum ada.

Untuk itu, dibutuhkan perubahan dalam mengembangkan potensi wisata Kabupaten Pamekasan khususnya objek wisata pantai Talang Siring dengan melakukan peningkatan kualitas pelayanan objek wisata pantai Talang agar produk jasa yang ada lebih optimal pengembangannya. Atas dasar inilah perlu adanya kajian penelitian peningkatan kualitas pelayanan yang tepat untuk mengembangkan pariwisata di Kabupaten Pamekasan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui upaya-upaya apa saja yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas jasa pelayanan di objek wisata pantai Talang Siring

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengidentifikasi dan menganalisa upaya-upaya apa saja yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan objek wisata pantai Talang Siring.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Memberikan informasi bagi Dinas Perindustrian dan Perdagangan mengenai pengembangan kualitas pelayanan industry wisata pantai Talang Siring.
2. Memberikan manfaat bagi Dinas Perindustrian dan Perdagangan untuk melakukan upaya-upaya peningkatan kualitas pelayanan objek wisata pantai Talang Siring sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup substansi dalam penelitian ini mencakup hal-hal yang berkaitan dengan kualitas pelayanan. Adapun teori-teori yang terkait beberapa diantaranya adalah teori kepariwisataan, komponen pariwisata, Pariwisata Bahari, dan Servqual.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini terdiri dari :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, tujuan yang ingin dicapai, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian yang terdiri dari ruang lingkup pembahasan serta ruang lingkup substansi dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori mengenai manajemen komponen pariwisata, pariwisata bahari, *Servqual*, diagram *kartesianus*, *House of Quality* dan *Quality Function Deployment* (QFD) serta kesimpulan dari seluruh kajian pustaka.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai pendekatan penelitian, jenis penelitian yang digunakan, variabel penelitian, teknis analisa, dan metode pengumpulan data, pengujian data, dan proses analisa

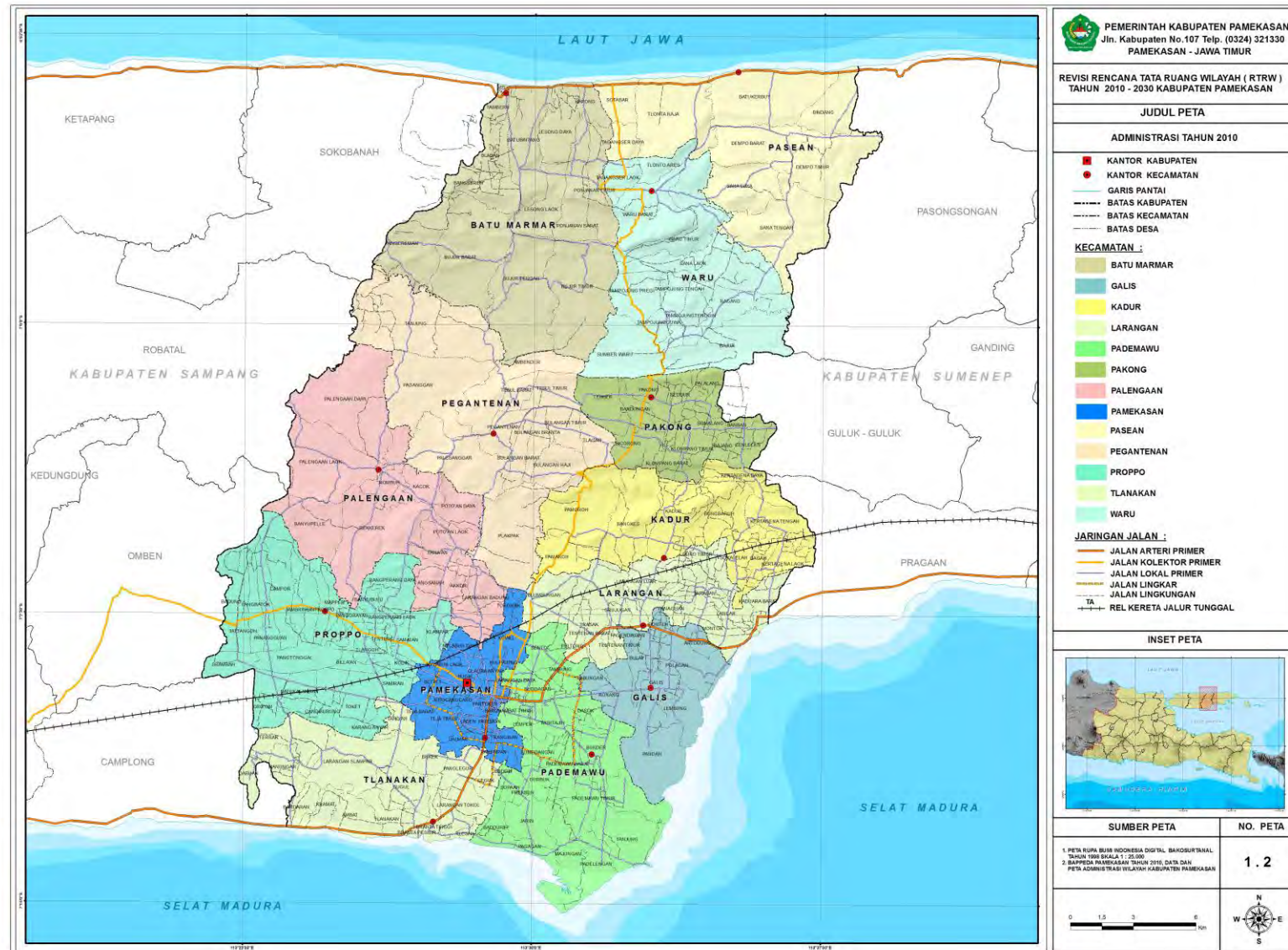
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memberikan gambaran umum mengenai objek wisata pantai Talang Siring yang berkaitan dengan aspek-aspek yang akan dianalisis dalam penelitian serta pembahasan analisis-analisis untuk mencapai tujuan dalam penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

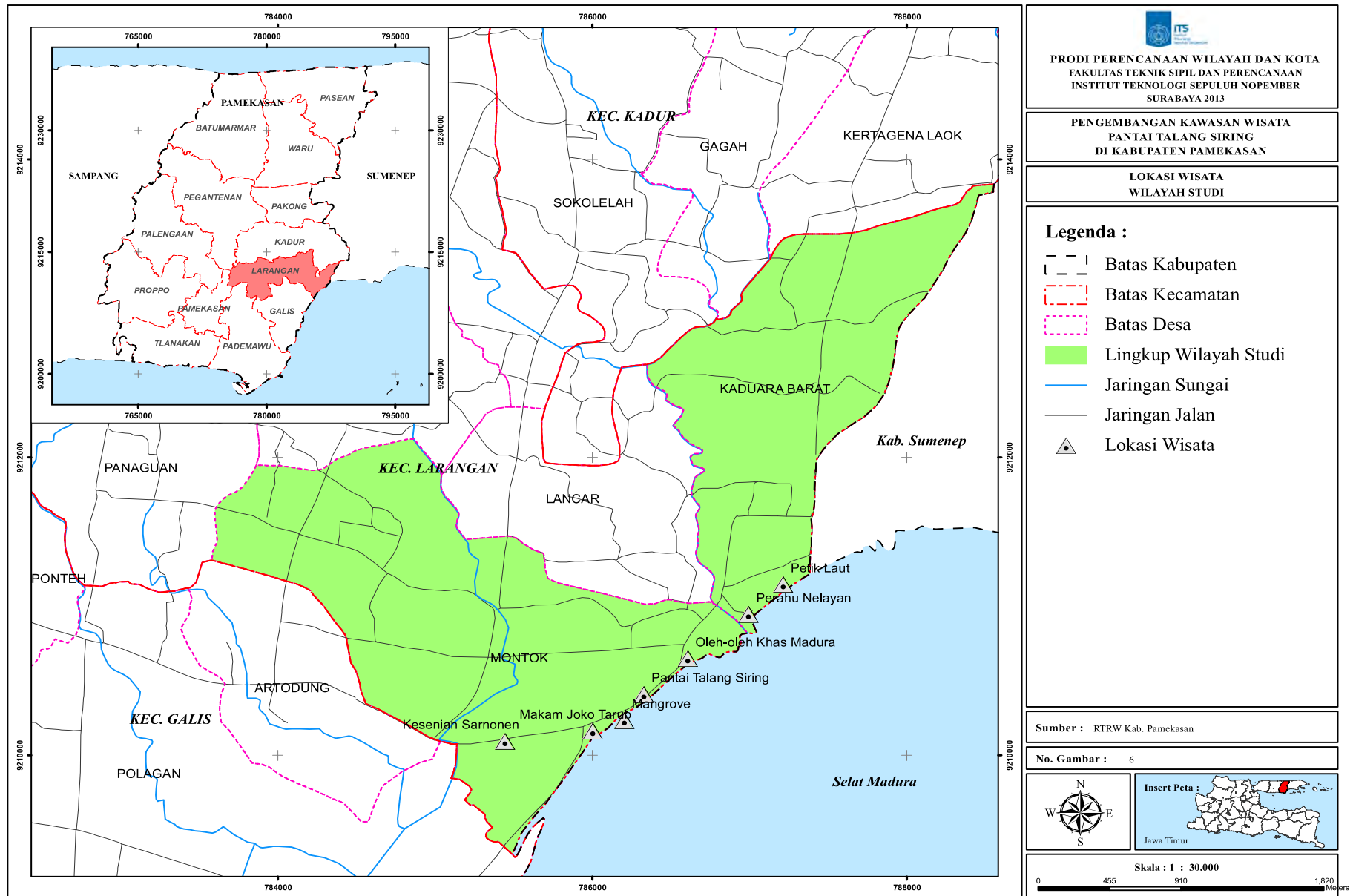
Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi hasil akhir dari analisa yang berupa rangkuman analisa. Pada bab ini juga akan dijelaskan mengenai rekomendasi untuk upaya-upaya peningkatan kualitas pelayanan wisata panatai Talang Siring yang dihasilkan juga untuk studi selanjutnya.

Peta 1.1 Peta Kabupaten Pamekasan



“halaman ini sengaja dikosongkan”

Peta 1.2 Peta Lokasi Wisata



“halaman ini sengaja dikosongkan”

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka yaitu merupakan teori-teori yang digunakan dan relevan dengan topik yang dibahas diantaranya: teori kualitas pelayanan, teori pariwisata dan wisatawan yang didalamnya mencakup industri pariwisata, pemasaran pariwisata, *Servqual*, konsep pariwisata bahari yang menjadi inti dari konsep pemasaran dan studi terdahulu.

2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2006) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Maksud dari pengertian diatas adalah faktor utama yang mempengaruhi bagaimana pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan dan bagaimana pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan. Jika pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan maka kualitas jasa tersebut baik, begitu pula sebaliknya. Baik tidaknya suatu kualitas pelayanan jasa tergantung kepada baik atau buruknya penyedia jasa dalam melayani kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Jay Kandampully, Conny Mok, Beverly Sparks (2008) menjelaskan definisi kualitas jasa sebagai berikut:

Service quality is typically defined in terms of gap analysis or the gap between customer expectation in general and those perception relating to the particular library and its service.

Pengertian diatas dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan merupakan analisis gap atau kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi yang berkaitan dengan kajian yang diharapkan dengan pelayanan.

Pendapat kedua pakar diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang dirasakan pelanggan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan dapat memuaskan pelanggan.

Pada perusahaan industri jasa, kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi bisnis yang ditekankan pada pemenuhan keinginan konsumen. Menurut Fandy Tjiptono (2008) yang mendefinisikan kualitas jasa yang dipersepsikan oleh konsumen terdiri dari dua dimensi utama, yaitu *technical quality* berkaitan dengan kualitas output jasa yang dipersepsikan konsumen dan terdiri dari *search quality*, *experience quality*, *credence quality*. Sedangkan dimensi kedua merupakan *functional quality* berkaitan dengan kualitas cara penyampaian jasa dan hasil akhir jasa dari penyedia jasa kepada konsumen.

2.2. Karakteristik Jasa

Industri pariwisata sama dengan industri jasa yang memiliki karakteristik utama seperti yang dikemukakan oleh Griffin dalam Lupiyoadi (2001) mengemukakan bahwa :

1) *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa tidak dapat dilihat, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tidak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau rasa aman.

2) *Unstorability*

Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga tidak dapat (*inseparability*), pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan

3) *Customization*

Jasa juga sering kali didesain khusus untuk kebutuhan pelanggan, sebagai mana pada jasa asuransi dan kesehatan.

Kotler (2005), menyatakan bahwa jasa memiliki 4 karakteristik utama, yaitu:

1) *Intangible* (tidak berwujud)

Tidak seperti halnya produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, diraba, didengar atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, para pembeli akan mencari atau bukti dari mutu jasa.

Mereka akan menarik kesimpulan mengenai mutu jasa dari tempat, orang, peralatan, alat komunikasi, symbol, dan harga yang mereka lihat.

2) *Inseparability* (tidak terpisahkan)

Umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Tidak seperti barang fisik yang diproduksi, disimpan dalam persediaan. Jika seseorang memberikan pelayanan, maka penyediaannya merupakan bagian dari jasa.

3) *Variability* (bervariasi)

Jasa tergantung pada siapa yang menyediakan serta kapan dan dimana jasa itu diberikan. Perusahaan dapat melakukan tiga langkah dalam pengendalian mutu. Pertama adalah melakukan investasi untuk menciptakan prosedur perekrutan dan pelatihan yang baik. Kedua adalah menstandarisasi proses pelaksanaan jasa diseluruh organisasi. Ketiga adalah memantau kepuasan pelanggan melalui sistem saran dan keluhan, *survey* pelanggan dan melakukan belanja perbandingan.

4) *Perishability* (mudah lenyap)

Suatu jasa tidak dapat disimpan, sifat jasa yang mudah lenyap tidak akan jadi masalah apabila permintaan tetap, masalah akan timbul apabila permintaan akan jasa fluktuatif.

2.3 Definisi Pariwisata

Menurut Yoeti (1982) pengertian pariwisata adalah “suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah di tempat lain yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam”

Soekadijo (1996) juga mengatakan bahwa terdapat empat faktor penting yang menjadi batasan suatu definisi pariwisata yaitu:

1. Perjalanan itu harus dilakukan sementara waktu.
2. Perjalanan itu harus dilakukan dari suatu tempat ke tempat lainnya.
3. Perjalanan itu apapun bentuknya, harus selalu dikaitkan dengan pertamasyaan atau rekreasi.

4. Orang yang melakukan perjalanan tersebut tidak mencari nafkah.

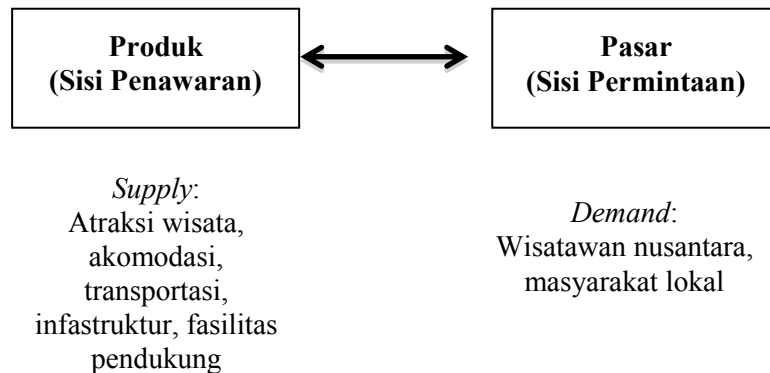
Dari beberapa pendapat mengenai pariwisata diatas dapat di kaji bahwa pariwisata adalah suatu aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh seseorang untuk sementara waktu. Tidak bertujuan untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi namun menikmati perjalanan, menikmati berbagai hiburan dan menghasilkan suatu *travel experience* dan *hospitality service*. Jadi dari beberapa para pakar mempunyai kesamaan dalam arti pariwisata adalah tinggal untuk sementara waktu. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan seseorang/kelompok yang memakan waktu sementara waktu yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud bukan untuk mencari pekerjaan atau berusaha, hanya saja menikmati perjalanan untuk rekreasi.

2.4 Komponen Pariwisata

Pengembangan kepariwisataan disuatu daerah berarti mengembangkan potensi fisik daerah tersebut. Disetiap obyek wisata mempunyai komponen yang saling tergantung satu sama lainnya. Hal ini diperlukan agar wisatawan dapat menikmati suatu pengalaman yang memuaskan dan diharapkan wisatawan dapat berkunjung kembali. Kegiatan dan pengembangan pariwisata yang perlu dilakukan yaitu mengkaji lebih dalam aspek-aspek/komponen terkait yang dapat memberikan pengaruh secara positif maupun negatife terhadap sektor pariwisata. Berdasarkan pendapat pakar Kuswara (2006), komponen pengembangan pariwisata mencakup SDA dan sosial budaya, atraksi dan kegiatan wisata, transportasi, akomodasi, infrastruktur, kelembagaan, fasilitas pendukung, wisatawan dan masyarakat lokal.

Dalam kegiatan pariwisata komponen-komponen pariwisata akan saling terkait dalam pendukung pengembangan suatu kawasan. Komponen pariwisata dibagi atas dua faktor, yaitu komponen penawaran (*supply*) komponen permintaan (*demand*) dari pariwisata. Berikut menjelaskan *supply* dan *demand* dalam kegiatan pariwisata yang disebabkan oleh berbagai factor.

Kegiatan pariwisata melibatkan berbagai komponen, yang saling berkaitan, yaitu:



Gambar 2.1 Faktor *Supply* dan *Demand* Kegiatan Pariwisata

Konsep *supply* dan *demand* dalam pariwisata dapat dijelaskan lebih detail dalam penjelasan berikut:

1. Komponen Sediaan (*Supply*).

Komponen sediaan pariwisata mencakup segala sesuatu yang ditawarkan kepada wisatawan baik wisatawan yang aktual maupun wisatawan yang potensial. Penyediaan dalam pariwisata menunjukkan atraksi wisata alamiah dan buatan, jasa-jasa maupun barang-barang yang diperkirakan akan menarik perhatian orang-orang untuk mengunjungi suatu objek wisata tertentu dalam suatu negara (Wahab, 1976). Dalam buku perencanaan ekowisata yang dimaksud dengan sediaan pariwisata adalah sesuatu hal yang bisa ditawarkan kepada konsumen yaitu berupa jasa dan produk (Weber, 2006). Jadi yang dimaksud dengan sediaan pariwisata adalah semua elemen-elemen yang dibutuhkan oleh wisatawan yang meliputi atraksi wisata, transportasi, dan fasilitas.

Yoeti (1985) juga membagi produk wisata, sebagai salah satu obyek penawaran dalam pemasaran pariwisata, menjadi tiga bagian yaitu:

a. Aspek Lingkungan Alamiah

Aspek lingkungan alamiah adalah benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta. Hal-hal yang menjadi atribut dalam pengembangan produk wisata antara lain:

- Keindahan yaitu berkaitan dengan kondisi iklim, bentuk tanah dan pemandangan.

- Kelestarian yaitu yang berkaitan dengan kelestarian dari flora dan fauna dan kebersihan.

b. Aspek Lingkungan Buatan

Aspek lingkungan buatan merupakan segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan buatan manusia. Atribut yang termasuk dalam lingkungan buatan adalah:

- Atraksi Wisata yaitu suatu atraksi yang memiliki definisi segala sesuatu sajian wisata yang dipersiapkan terlebih dahulu agar dapat dilihat dan dinikmati. Atraksi wisata dapat berupa tari-tarian, nyanyian, kesenian rakyat tradisional, upacara adat dan lain-lain.
- Benda-benda Tradisional yaitu berupa faktor benda-benda bersejarah, kebudayaan dan keagamaan dengan beberapa indikatornya adanya monumen bersejarah, adanya museum bersejarah, perpustakaan, dan kerajinan tradisional *handicraft*.
- *Hospitality* (penerimaan) yaitu berkaitan dengan tata cara hidup tradisional dari masyarakat yang merupakan salah satu sumber yang amat penting untuk ditawarkan kepada wisatawan.

c. Aspek Prasarana dan Sarana Wisata

Aspek prasarana dan sarana dinilai berdasarkan faktor-faktor kualitas yang terdiri dari sarana wisata dan transportasi. Hal-hal yang berkaitan dengan sarana dan prasarana wisata terkait beberapa atribut yaitu:

- *Recreative and Sportive Plant* atau sarana rekreasi.
- *Residential Tourist Plant* yaitu fasilitas yang dapat menampung kedatangan wisatawan yang berbentuk akomodasi wisata. Fasilitas ini terdiri dari penginapan hotel atau tempat makan atau restoran.
- Sarana pelengkap atau penunjang kepariwisataan (*supplementing tourism superstructure*) yaitu sarana pelengkap/penunjang maupun tempat-tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok kepariwisataan, tetapi yang terpenting adalah untuk membuat wisatawan dapat lebih lama tinggal di tempat wisata.

- Sarana penjualan yaitu berupa toko-toko yang menjual barang-barang souvenir tersedianya toilet dan air bersih
- Prasarana sosial yaitu juga tidak kalah penting adalah sarana pendidikan dan kesehatan.
- Transportasi yaitu pengangkutan yang dapat membawa wisatawan dari daerah asalnya menuju tempat wisata. Dalam aspek ini terdapat dua hal yang terkait yaitu ketersediaan sarana transportasi dan aksesibilitas. Sarana transportasi terkait dengan moda kendaraan yang digunakan dalam perjalanan menuju tempat wisata. Sedangkan aksesibilitas adalah kemudahan mencapai kawasan tujuan wisata.

Menurut Intosh (1995) juga mengemukakan bahwa komponen pariwisata terdiri dari:

- sumber daya alam (*natural resources*);
- infrastruktur, seperti sistem penyediaan air bersih, sistem pengolahan limbah, sistem drainase, jalan, pusat perbelanjaan, pertokoan;
- moda transportasi, termasuk didalamnya fasilitas pendukung; dan
- partisipasi masyarakat, yang merupakan salah bentuk kenyamanan (*hospitality service*) yang ditawarkan oleh tuan rumah
- sumber daya budaya (*cultural resources*), termasuk seni murni, kesusastraan, sejarah, permainan dan pertunjukan sejarah.

Sedangkan menurut Musenaf (1995), komponen dalam suatu objek wisata adalah:

a. Kemudahan Pencapaian (*Aksesibilitas*)

Merupakan suatu kondisi atau keadaan tentang mudah tidaknya suatu lokasi dapat dicapai oleh wisatawan dari tempat asalnya.

Unsur yang dijadikan tolak ukur pada dasarnya meliputi:

- kondisi prasarana perhubungan darat, laut dan udara;
- jumlah dan jenis sarana transportasi ke obyek; dan
- jumlah tempat duduk transportasi umum dari pusat penyebaran ke obyek

b. Potensi Pasar.

Keberhasilan pembangunan obyek dan daya tarik wisata banyak ditentukan oleh tinggi rendahnya potensi pasar atau wisatawan yang akan mengunjungi obyek tersebut.

c. Kondisi Lingkungan

Kondisi lingkungan suatu obyek pada dasarnya bersifat timbal balik, artinya pengaruh lingkungan wisatawan terhadap lingkungan obyek (lingkungan sosial, budaya, lingkungan membudaya) yang hanya dapat dilakukan melalui AMDAL. Pengaruh lingkungan terhadap wisatawan seperti keamanan, kesehatan, keindahan, dan sebagainya.

d. Prasarana Dasar

Prasarana dasar merupakan prasarana yang mutlak bagi pembangunan obyek dan daya tarik wisata. Unsur-unsur yang dijadikan ukuran adalah sarana jalan, listrik, air, bersih serta sarana pos dan telekomunikasi.

e. Pengelolaan/Pengusahaan

Pengelolaan yang dimaksud mencakup kegiatan mengelola sumber daya tarik wisata dan sarana prasarana wisata yang dilakukan oleh *stakeholder*.

f. Sarana Wisata

Sarana wisata yang sangat menentukan bagi pengembangan obyek dan daya tarik wisata dan sarana prasarana wisata yang dilakukan oleh *stakeholder*.

g. Daya Tarik Pendukung

Pembangunan obyek dan daya tarik wisata diperlukan daya tarik pendukung, sehingga wisatawan akan puas karena menyaksikan beberapa daya tarik wisata. Unsur yang dinilai dalam faktor penentu ini didasarkan ada atau tidaknya serta jumlah obyek wisata lain dalam radius 75 km dari obyek yang dinilai.

Tabel 2.1 Komponen-Komponen Pariwisata

F.Weber (2006)	Intosh (1995)	Musenaf (1995)	Yoeti (1985)
<ul style="list-style-type: none">• Atraksi wisata• Fasilitas• Transportasi	<ul style="list-style-type: none">• Sumberdaya Alam• Infrastruktur• Moda Transportasi• Partisipasi Masyarakat• Sumberdaya budaya	<ul style="list-style-type: none">• Aksesibilitas• Potensi pasar• Kondisi lingkungan• Prasarana Pasar• Pengelolaan• Sarana Wisata• Daya tarik pendukung	<ul style="list-style-type: none">• Lingkungan alamiah• Lingkungan buatan• Prasarana dan sarana

Pendapat Musenaf (1995) mengenai komponen wisata diatas dapat dikatakan hampir sama dengan Intosh (1995), kecuali pada komponen potensi pasar. Dapat disimpulkan dari pendapat F.Weber (2006) yang dimaksud dengan sediaan pariwisata adalah semua elemen-elemen yang dibutuhkan oleh wisatawan yang meliputi atraksi wisata, transportasi, dan fasilitas. Atraksi merupakan komponen penting untuk menarik wisatawan atau pengunjung dengan sesuatu yang dapat ditampilkan atau wisatawan tertarik pada ciri-ciri khas tertentu dari obyek wisata. Intosh (1995), Sumber daya alam juga dapat dikatakan sebagai komponen daya tarik wisata. Intosh (1995) menyatakan bahwa infrastruktur merupakan salah satu komponen dalam pariwisata. Hal tersebut juga diungkapkan oleh Musenaf (1995) sebagai sarana wisata dan oleh Yoeti (1985) sebagai prasarana dan sarana wisata. Transportasi sebagai komponen dalam pariwisata menurut Weber (2006), sama halnya yang diungkapkan oleh intosh (1995). Aksesibilitas juga dikemukakan oleh Musenaf (1995) sebagai komponen pariwisata yang dibutuhkan dalam sebuah objek wisata untuk ditawarkan kepada konsumen/wisataan guna menikmati produk wisata. Dalam penjelasan diatas, transportasi, infrastruktur, sarana dan

prasarana, aksesibilitas dan atraksi merupakan komponen penting yang harus ada untuk dapat ditawarkan kepada wisatawan.

2. Komponen Permintaan (*demand*) Pariwisata.

Permintaan atau *demand* pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan jumlah wisatawan secara kuantitatif. Menurut Wahab (1976) permintaan pariwisata dapat dibagi menjadi dua komponen, yaitu:

1. Wisatawan

Pengunjung terbagi menjadi dua, yaitu pengunjung potensial adalah sejumlah orang yang secara potensial sanggup dan mampu melakukan perjalanan wisata. Sedangkan pengunjung sebenarnya/aktual adalah sejumlah orang yang sebenarnya berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, artinya sejumlah wisatawan yang secara nyata sedang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata.

2. Masyarakat setempat.

Masyarakat lokal adalah pihak yang paling akan menerima dampak dari kegiatan wisata yang dikembangkan di daerahnya. Oleh karena itu aspirasi masyarakat sangatlah penting dan komponen permintaan yang perlu dipertimbangkan dalam pengembangan wisata. Aspirasi masyarakat khususnya masyarakat setempat dalam pengembangan pariwisata sangat dibutuhkan dengan tujuan untuk menimbulkan hubungan saling menguntungkan antara pengelola pariwisata dengan masyarakat, sehingga menjadi sebuah *multiplier effect* yang positif bagi perekonomian masyarakat setempat. Keikutsertaan masyarakat sekitar kawasan obyek wisata alam, dapat berbentuk usaha dagang atau pelayanan jasa baik di dalam maupun di luar kawasan obyek wisata, antara lain: (i)Jasa penginapan atau *homestay*, (ii)Penyediaan atau usaha warung makanan dan minuman, (iii)Penyediaan atau toko souvenir/cendera mata dari daerah tersebut, (iv)Jasa pemandu atau penunjuk jalan, dan (v)Menjadi pegawai perusahaan wisata alam dan lain-lain.

Teori mengenai komponen permintaan (*demand*) di atas, terdapat dua pihak yang berperan dalam permintaan pariwisata yaitu pengunjung dan masyarakat. Dalam hal ini, pengunjung merupakan komponen permintaan yang harus dimiliki dalam pengembangan wisata alam. Jika tidak terdapat permintaan, maka objek wisata tidak akan berkembang. Karena tidak adanya pemasukan terhadap objek wisata. Jadi permintaan juga mempunyai peran yang sangat penting untuk perkembangan suatu objek wisata. Dari penjelasan tersebut juga diperoleh bahwa teori dari beberapa pakar menitik beratkan bahwa komponen permintaan itu terdiri dari pengunjung, dan masyarakat.

Berdasarkan hasil dari penjelasan kajian pustaka mengenai teori komponen pariwisata, dan merupakan hasil kajian penjelasan dari berbagai pendapat pakar, dapat diketahui indikator-indikator dalam komponen pariwisata yang dapat acuan diantaranya :

- a. Aksesibilitas, dipilih karena indikator ini memberi kemudahan pencapaian ke lokasi wisata.
- b. Akomodasi, dipilih dikarenakan indikator ini dalam pengembangan dan memasarkan produk pariwisata harus memiliki akomodasi seperti penginapan untuk memudahkan pengunjung yang ingin tinggal lama di lokasi wisata.
- c. Fasilitas dan utilitas, dipilih karena sangat mendukung keberhasilan pariwisata karena memberikan kemudahan pelayanan bagi wisatawan sekaligus perlindungan terhadap lingkungan sekitar.
- d. Atraksi, dipilih dikarenakan kawasan studi mempunyai atraksi yang dapat disajikan kepada wisatawan. Oleh karena itu, atraksi dapat dijadikan sebagai indikator dikarenakan setiap objek wisata mempunyai potensi wisata.
- e. Partisipasi masyarakat, dipilih indikator ini dikarenakan dalam pengembangan objek wisata tidak lepas dari partisipasi masyarakat yang ada di sekitar objek wisata. Adanya indikator ini untuk mengetahui bagaimana hubungan masyarakat terhadap objek wisata yang ada.

Tabel 2.2 Indikator pada Komponen Pariwisata

Indikator	Penjelasan
Aksesibilitas kawasan pesisir	Kemudahan dalam pencapaian ke obyek wisata
Akomodasi kawasan pesisir yang melayani wisatawan	Keberadaan sektor akomodasi di obyek wisata
Fasilitas dan Utilitas	Kemudahan pelayanan dalam menggunakan fasilitas dan utilitas di obyek wisata pesisir
Atraksi	Atraksi yang harus dimiliki oleh setiap obyek wisata untuk menarik wisatawan yang berkunjung
Partisipasi Masyarakat	Hubungan masyarakat terhadap objek wisata pesisir

Dari kajian sintesa diatas, bahwa indikator yang akan digunakan dalam komponen pariwisata adalah atraksi, aksesibilitas, akomodasi, fasilitas dan utilitas dan partisipasi masyarakat. Indikator tersebut sangat penting dikarenakan pariwisata harus memiliki komponen diatas untuk ditawarkan kepada konsumen atau wisatawan.

2.5 Model Pengembangan Minat Khusus

Kepariwisataan yang berkualitas atau disebut pariwisata baru (Faulker, 1997) adalah: (1)wisatawan yang lebih canggih dan berpengalaman, (2)sangat suka merencanakan perjalanannya sendiri, dan (3)berpergian secara mandiri. Ciri lain adalah bersifat spontan, luwes dalam mengatur susunan perjalanan, lebih terdorong untuk mencari objek wisata dengan minat khusus seperti wisata tirta, petualangan, pada umumnya kaya dan mencari pengalaman yang asli (khas),serta perjalanan mereka singkat ke satu tujuan wisata saja. Bentuk pariwisata minat khusus diterjemahkan dari *Special Interest Tourism*. Bentuk dengan kelompok atau rombongan kecil (Fandeli, 2002). Pariwisata minat khusus dapat terfokus pada dua aspek, yaitu:

a. Aspek Budaya

Dalam aspek budaya, wisatawan akan terfokus perhatiannya pada tarian, music, seni, kerajinan, pola tradisi masyarakat, aktivitas ekonomi yang spesifik, serta arkeologi dan sejarah.

b. Aspek Alam

Dalam aspek alam, wisatawan dapat terfokus pada flora, fauna, geologi, taman nasional, hutan, sungai, danau, pantai, laut, dan perilaku ekosistem tertentu.

Pada prinsipnya, pariwisata minat khusus mempunyai kaitannya dengan upaya pengayaan pengalaman bagi wisatawan yang melaksanakan ke daerah-daerah yang masih alami.

2.6 Konsep Pariwisata Bahari

Wisata bahari menurut Ardika (2000) adalah wisata dan lingkungan yang berdasarkan daya tarik wisata kawasan yang didominasi perairan dan kelautan. Keraf (2000) menyatakan bahwa wisata bahari adalah kegiatan untuk menikmati keindahan dan keunikan daya tarik wisata alam di wilayah pesisir dan laut dekat pantai serta kegiatan rekreasi lain yang menunjang.

Pelaksanaan wisata bahari yang berhasil apabila memenuhi berbagai komponen yakni: terkaitnya dengan kelestarian lingkungan alami, kesejahteraan penduduk yang mendiami wilayah tersebut, kepuasan pengunjung yang menikmatinya, dan keterpaduan komunitas dengan area pengembangannya Niki (2002). Secara umum ragam daya dukung wisata bahari meliputi:

- a. Daya dukung ekologis, sebagai tingkat maksimal penggunaan suatu kawasan.
- b. Daya dukung fisik, yang merupakan jumlah maksimum penggunaan atau kegiatan yang diakomodasikan dalam areal tanpa menyebabkan kerusakan atau penurunan kualitas.
- c. Daya dukung social, yang dinyatakan sebagai batas tingkat kualitas pengalaman dan kepuasan.
- d. Daya dukung rekreasi, yang merupakan suatu konsep pengelolaan

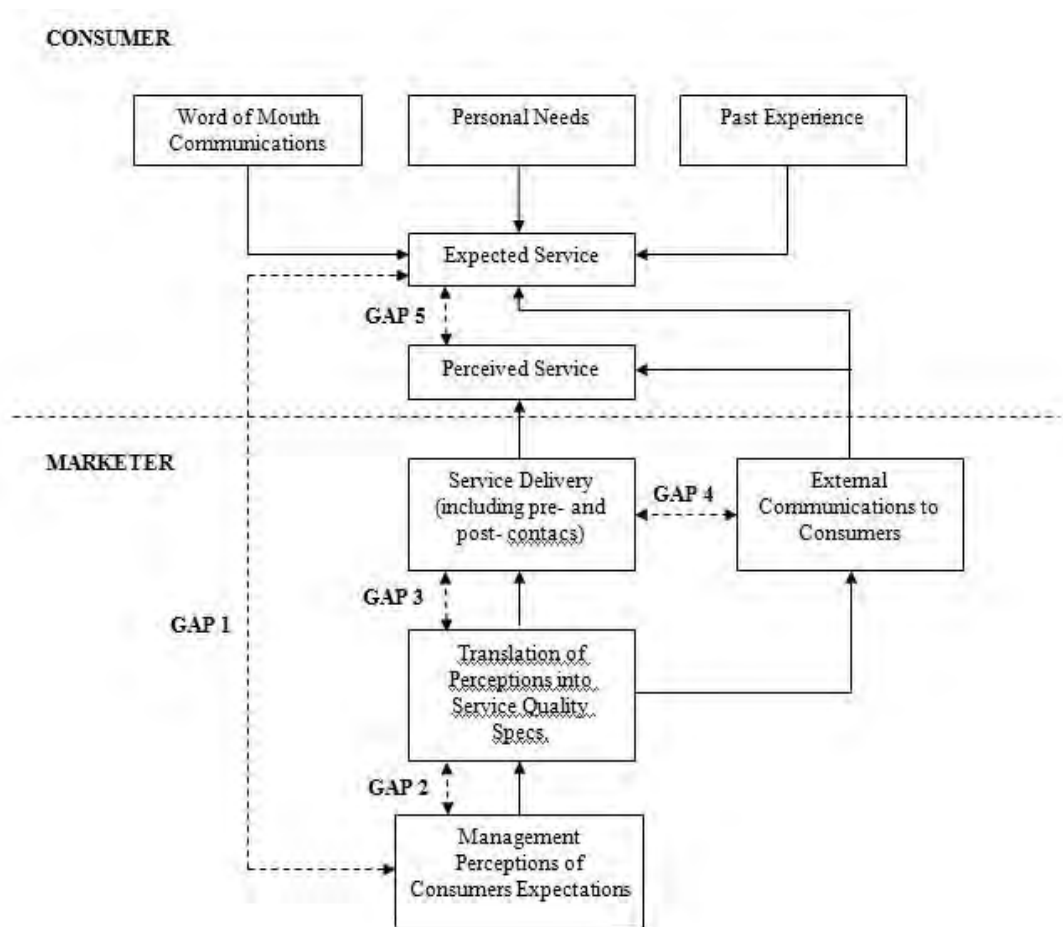
yang menempatkan kegiatan rekreasi dalam berbagai obyek yang terkait dengan kemampuan kawasan Nurisyah (1998)

Dapat paparan di atas, dapat di kaji bahwa konsep pariwisata bahari didasarkan daya tarik wisata alam serta kegiatan rekreasi lain yang menunjang. Lewaherilla (2002) wisata bahari adalah pasar khusus untuk orang yang sadar lingkungan dan tertarik untuk mengamati alam. Konsep dasar wisata bahari didasarkan pada view, keunikan alam, karakteristik ekosistem, kekhasan seni budaya, sebagai kekuatan dasar yang dimiliki oleh masing-masing daerah. Keunikan dan daya tarik wisata juga dikemukakan oleh Ardika (2000) dan Keraf (2000) bahwa dalam pariwisata bahari juga harus memiliki daya keunikan daya tarik wisata alam. Sedangkan menurut Nurisyah (1998) kemampuan daya dukung tiap kawasan berbeda-beda, secara umum daya dukung wisata meliputi: daya dukung ekologis, daya dukung fisik, daya dukung social, dan daya dukung rekreasi. Tidak hanya keunikan dan daya tarik wisata, daya dukung wisata yang harus ada dalam wisata bahari. Menurut Lewaherilla (2002) pelaksanaan wisata bahari yang berhasil apabila memenuhi berbagai komponen antara lain kelestarian lingkungan alam, kesejahteraan penduduk sekitar obyek wisata, serta kepuasan pengunjung yang menikmati.

Dapat dikaji dari beberapa sumber diatas, bahwa dari beberapa pakar telah menyebutkan konsep wisata bahari didasarkan pada daya tarik wisata alamnya sebagai kekuatan dasar yang dimiliki oleh masing-masing daerah. Tidak hanya daya tarik wisata alamnya sebagai dasar dari pengembangan pariwisata bahari, Keraf (2000) dan Ardika (2000) juga mengemukakan bahwa konsep dasar dari pariwisata bahari juga didasarkan pada daya tarik alam. Bukan hanya daya tarik saja yang harus dimiliki sebagai dasar dari pariwisata bahari, melestarikan lingkungan merupakan indikasi penting dikarenakan pariwisata sangat berkaitan dengan nilai-nilai estetisme, kelestarian, alami, dan ketenangan.

2.7 Metode Service Quality (SERVQUAL)

Pengukuran dengan metode *Servqual* merupakan pendekatan *used-based apporoach* (pendekatab berbasis pengguna) dan kini sering digunakan di industri-industri jasa. *Servqual* (*Service Quality*) juga merupakan salah satu model kualitas jasa yang digunakan dalam riset manajemen dan pemasaran. Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Model yang dikembangkan oleh Zeithaml et al (1990) yaitu *Service Quality* dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 2.2 Model Konseptual *Servqual* (Sumber; Parasuraman, 1985)

Identifikasi Lima Kesenjangan (gap) (Parasuraman,etal,1985) yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa, diantaranya:

1. *Gap* antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen (*knowledge gap*)

Gap ini berarti bahwa pihak manajemen mempersepsikan ekspektasi pelanggan terhadap kualitas jasa secara tidak akurat. Akibatnya manajemen tidak mengetahui bagaimana suatu jasa seharusnya di desain, dan jasa-jasa pendukung sekunder apa saja yang diinginkan konsumen.

2. *Gap* antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa (*standards gap*).

Gap ini berarti bahwa spesifikasi kualitas jasa tidak konsisten dengan persepsi manajemen terhadap ekspektasi kualitas. Kadangkala manajemen mampu memahami secara tepat apa yang diinginkan pelanggan, tetapi mereka tidak menyusun suatu standard kinerja tertentu yang jelas. Hal ini dikarenakan tiga faktor yaitu: tidak adanya komitmen total manajemen terhadap kualitas jasa, kekurangan sumberdaya, adanya kelebihan permintaan.

3. *Gap* antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*delivery gap*)

Gap ini berarti bahwa spesifikasi kualitas tidak terpenuhi oleh kinerja dalam proses produksi dan penyampaian jasa.

4. *Gap* antara penyampaian jasa komunikasi eksternal (*communications gap*)

Gap ini berarti bahwa janji-janji yang disampaikan melalui aktivitas komunikasi pemasaran tidak konsisten dengan jasa yang disampaikan kepada para pelanggan. Kecenderungan untuk melakukan “*over promise*” dan “*under deliver*”

5. *Gap* antara jasa yang dipersiapkan dan jasa yang diharapkan (*service gap*)

Gap ini berarti bahwa jasa yang dipersepsikan tidak konsisten dengan jasa yang diharapkan. *Gap* ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja atau prestasi perusahaan berdasarkan kriteria yang

berbeda, atau bisa juga mereka keliru mengintepretasikan kualitas jasa yang bersangkutan.

Metode *Servqual* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan oleh pelanggan (*expected service*). Apabila kenyataan lebih dari yang pelanggan harapkan, layanan dapat dikatakan bermutu. Sedangkan jika kenyataan kurang dari yang pelanggan harapkan, layanan dikatakan memuaskan. Dengan demikian, metode *Servqual* ini mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan atas layanan yang pelanggan terima (Parasuraman.et.al., 1990). Metode *Servqual* membagi kualitas pelayanan kedalam lima dimensi, yaitu:

1) *Tangibles*

Meliputi penampilan dan performansi dari fasilitas-fasilitas fisik, peralatan, personel, dan material-material komunikasi yang digunakan dalam proses penyampaian layanan.

2) *Reliability*

Kemampuan pihak penyedia jasa dalam memberikan jasa atau pelayanan secara tepat dan akurat sehingga pelanggan dapat mempercayai dan mengandalkannya.

3) *Responsive*

Kemauan atau keinginan pihak penyedia jasa untuk segera memberikan bantuan pelayanan yang dibutuhkan dengan cepat

4) *Assurance*

Pemahaman dan sikap kesopanan dari karyawan (*contact personnel*), dikaitkan dengan kemampuan mereka dalam memberikan keyakinan kepada pelanggan bahwa pihak penyedia jasa mampu memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya.

5) *Empathy*

Pemahaman karyawan terhadap kebutuhan pelanggan serta perhatian yang diberikan oleh karyawan.

2.8 Importance and Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla,dkk (1977) dikutip dari Martilla,dkk (Muluk, 2008). Analisis ini digunakan untuk membandingkan antara penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan dari kualitas layanan (*importance*) dengan tingkat kinerja kualitas layanan (*performance*).

Rata-rata hasil penilaian keseluruhan konsumen kemudian digambarkan ke dalam *Importance-Performance Matrix* atau sering disebut iagrama kartesius, dengan sumbu absis (X) adalah tingkat kinerja dan sumbu ordinat (Y) adalah tingkat kepentingan. Rata-rata tingkat kinerja dipakai sebagai *cut-off* atau pembatas kinerja tinggi dan kinerja rendah, sedangkan rata-rata tingkat kepentingan dipakai sebagai *cut-off* tingkat kepentingan tinggi dengan tingkat kepentingan rendah. Matriks *Importance-Performance* atau digram kartesius disajikan sebagai berikut :

IMPORTANCE	High	Kuadran B <i>Concentrate Here</i>	Kuadran C <i>Keep up The Good Work</i>
	Low	Kuadran A <i>Low Priority</i>	Kuadran D <i>Possible Overkill</i>
		PERFORMANCE	

Gambar 2.3 Importance Performace Matrix (Muluk,2008)

Strategi yang dapat dilakukan berkenaan dengan posisi masing-masing variabel pada keempat kuadran tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran A (*Low Priority*)

Kuadran ini menunjukkan faktor-faktor yang dianggap kurang penting, pelaksanaannya dijalankan oleh manajemen secara cukup atau biasa-biasa saja.

2. Kuadran B (*Concentrate Here*)

Kuadran B menunjukkan faktor-faktor yang dianggap sangat penting, namun pihak Manajemen belum melaksanakan sesuai kepentingan.

3. Kuadran C (*Keep up The Good Work*)

Kuadran C menunjukkan faktor-faktor yang dianggap penting, telah berhasil dilaksanakan manajemen sesuai kepentingan dan sangat memuaskan sehingga wajib dipertahankan.

4. Kuadran D (*Possible Overkill*)

Kuadran D menunjukkan faktor yang kurang penting, tetapi pelaksanaannya berlebihan/sangat memuaskan.

Fasilitas pelayanan menjadi bermanfaat apabila sesuai dengan kepentingan/kepuasan wisatawan dirasakan sangat sesuai terletak pada kuadran C.

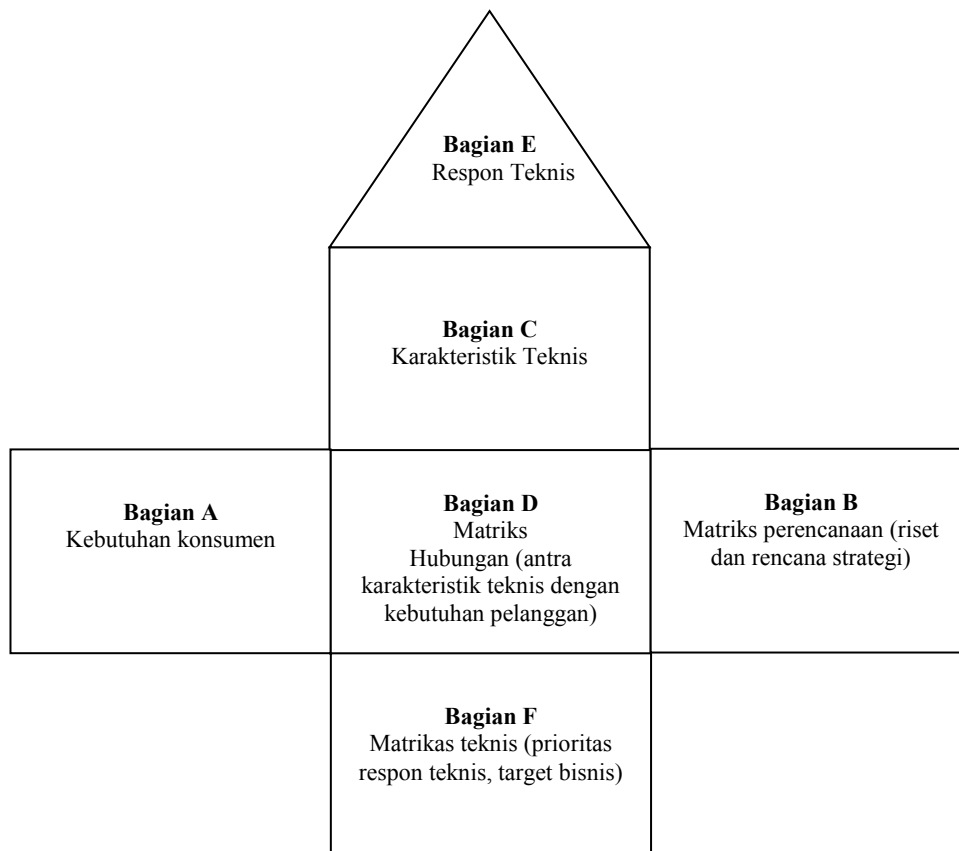
2.9 **QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)**

Wijaya (2011) menjelaskan bahwa QFD merupakan pendekatan sistematis yang menentukan tuntutan permintaan pelanggan kemudian menerjemahkannya secara akurat kedalam desain teknis, manufaktur, dan perencanaan produksi yang tepat untuk memungkinkan organisasi melampaui harapan pelanggan. Sedangkan menurut Ariani (2002) QFD adalah metode perencanaan dan pengembangan secara terstruktur yang memungkinkan tim pengembangan mendefinisikan secara jelas kebutuhan dan harapan pelanggan, dan mengevaluasi kemampuan produk atau jasa secara sistematis untuk memenuhi kebutuhan dan harapan tersebut. Menurut Subagyo *dalam* Marimin 2004, QFD adalah suatu cara untuk meningkatkan kualitas barang atau jasa dengan memahami kebutuhan konsumen, lalu menghubungkannya dengan ketentuan teknis untuk menghasilkan barang atau jasa di tiap tahap pembuatan barang atau jasa yang dihasilkan. QFD memiliki tahapan aktivitas antara lain:

1. Mengidentifikasi kemauan pelanggan. Dalam hal ini, pelanggan atau konsumen ditanya mengenai sifat yang diinginkan dari suatu produk.
2. Mempelajari ketentuan teknis dalam menghasilkan barang atau jasa. Hal ini didasarkan data yang tersedia. Aktivitas dan sarana yang digunakan dalam menghasilkan barang atau jasa, dalam rangka menentukan mutu pemenuhan kebutuhan pelanggan.

3. Hubungan antara keinginan pelanggan dengan ketentuan teknis. Hubungan ini dapat berpengaruh kuat, sedang atau lemah. Setiap aspek dari konsumen diberi bobot, untuk membedakan pengaruhnya terhadap mutu produk.
4. Perbandingan kinerja pelayanan. Tahap ini membandingkan kinerja perusahaan dengan pesaing.
5. Evaluasi pelanggan untuk membandingkan pendapat pelanggan tentang mutu produk yang dihasilkan oleh perusahaan dengan produk pesaing. Menggunakan *Skala Likert* dengan pendekatan distribusi Z, kemudian dibuat rasio antara target dengan mutu setiap kategori.
6. *Trade off* untuk memberikan penilaian pengaruh antar aktivitas atau sarana yang satu dengan lainnya.

Dalam proses QFD digunakan alat *House of Quality* yang menyerupai sebuah rumah yang memuat kebutuhan pelanggan dan dibagi-bagi seperti pada Gambar berikut:



Gambar 2.4 Model *House of Quality* (Cohen 1995)

Dari Gambar 2.4, pembagian HOQ sebagai berikut:

- a. Bagian A (Kebutuhan pelanggan), terdiri dari sejumlah kebutuhan dan keinginan konsumen yang diperoleh dari penelitian pasar. Agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, perusahaan mengatur spesifikasi kinerja tertentu yang digambarkan pada bagian C.
- b. Bagian B (Matrik Perencanaan), berisi tentang penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan, kepentingan relatif dan tingkat kepuasan pelanggan akan produk atau jasa pesaing. Bagian ini adalah yang dijadikan pedoman dalam membuat keputusan untuk perbaikan.
- c. Bagian C (Karakteristik Teknis), berisi bahasa teknis perusahaan berdasarkan tinggi rendahnya kebutuhan atas produk atau jasa yang direncanakan untuk dikembangkan. Penggambaran teknik ini didapatkan dari kebutuhan pelanggan pada bagian A.
- d. Bagian D (Matrik hubungan), berisi tentang hubungan antara keinginan pelanggan dengan karakteristik teknis dan kuat rendahnya hubungan antara keduanya kedalam simbol sebagai berikut:

Tabel 2.3 Matrik Hubungan

Simbol	Nilai Numerik	Pengertian
Δ	1	Hubungan Lemah
\bigcirc	3	Hubungannya sedang
\odot	9	Hubungan kuat

- e. Bagian E (Respon Teknis) untuk menilai hubungan antara masing – masing respon teknik. Simbol yang digunakan untuk menggambarkan hubungannya :
 - ++ = hubungan kuat positif
 - + = hubungan positif
 - ▼ = hubungan kuat negatif
 - = hubungan negatif
- f. Bagian F (Matriks Teknis) berisi informasi mengenai prioritas tanggapan teknis berdasarkan kebutuhan dan harapan pelanggan pada bagian B dan hubungannya dengan bagian D, kepentingan absolut, dan kepentingan relatif

“halaman ini sengaja dikosongkan”

2.10 Sintesa Tinjauan Pustaka, Indikator, Variabel Penelitian

No	Pustaka	Sub Pembahasan	Kajian	Indikator	Variabel
1	Konsep Pariwisata Bahari	Menurut Niki (2002) Pelaksanaan wisata bahari yang berhasil apabila memenuhi berbagai komponen yakni terkaitnya dengan kelestarian lingkungan alami, kesejahteraan penduduk yang mendiami wilayah tersebut, kepuasan pengunjung yang menikmatinya dan keterpaduan komunitas dengan area pengembangannya.	Daya tarik wisata alam merupakan dasar dari konsep pariwisata bahari yang harus diperhatikan sebagai suguhan alami lingkungan pantai untuk para wisatawan wisata bahari sebagai kekuatan dasar yang dimiliki oleh masing-masing daerah. Pariwisata sangat berkaitan dengan nilai-nilai estetisme, kelestarian, alami dan ketenangan.	Daya tarik wisata	<i>Cultural heritage sebagai aset wisata</i>
					<i>Event Cultur Tourism</i> seperti atraksi kesenian music saronen
					<i>Fishing</i>
					Persewaan <i>Canoeing</i> kepada wisatawan yang ingin berkeliling pantai
					Hutan <i>mangrove</i>
			Daya dukung ekologi	Daya dukung ekologi	Kelestarian dari flora dan fauna
					Kebersihan lokasi wisata
					Keindahan alam dan pantai
					Kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan
			Daya dukung fisik	Daya dukung fisik	Jumlah pengunjung wisata
					Ketersediaan <i>playground</i>

No	Pustaka	Sub Pembahasan	Kajian	Indikator	Variabel
				Daya dukung social	Tingkat kepuasan wisatawan yang menjadi tujuan utama
					Pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama
					Partisipasi masyarakat dalam melayani wisatawan
					Sikap masyarakat yang ramah kepada wisatawan
					Keikutsertaan masyarakat sekitar kawasan obyek wisata alam, dapat berbentuk usaha dagang atau pelayanan jasa
					Jasa pemandu atau penunjuk jalan
				Daya dukung rekreasi	Keamanan
					<i>Tourist information center</i>
					Pengelolaan daya tarik melalui promosi yang dilakukan
2	Komponen Pariwisata	Menurut F.Waber (2006) atraksi wisata, fasilitas, transportasi. Sedangkan menurut Intosh (1995) kompenannya meliputi sumberdaya alam, infrastruktur, moda transportasi, masyarakat dan sumberdaya budaya. Aksesibilitas juga dikemukakan oleh Musenaf (1995) sebagai komponen pariwisata	Secara langsung maupun tidak langsung komponen pariwisata mampu mempengaruhi pengembangan kawasan wisata. Dalam pengembangan kawasan dibutuhkan komponen guna memudahkan kegiatan pengunjung sehingga pengunjung menjadi puas dan nyaman.	Aksesibilitas	Ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata
					Sarana dan prasarana wisata seperti parkir, dan loket
				Akomodasi	Penginapan yang memadai seperti <i>hotel/homestay</i> dengan konsep ramah lingkungan

No	Pustaka	Sub Pembahasan	Kajian	Indikator	Variabel
				Fasilitas dan utilitas	Ketersediaan restoran <i>seafood</i>
					Ketersediaan air bersih
					Ketersediaan ATM Bank
					Ketersediaan toilet umum yang ramah lingkungan
					Kondisi penerangan jalan
					Ketersediaan toko souvenir yang menjual jajanan dan hasil home industry penduduk sekitar wisata

“ halaman ini sengaja dikosongk

BAB 3

METODA PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian objek wisata pantai Talang Siring, menjelaskan mengenai pendekatan penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis, beserta tahapan-tahapan yang dilakukan dalam proses penelitian.

3.1 Jenis penelitian

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memaparkan, menuliskan, dan melaporkan suatu peristiwa. Analisis deskriptif dilakukan pada penyusunan hasil pengisian kuisioner dan diharapkan dapat dijadikan dasar preskriptif. Hal ini dilakukan pada saat mengidentifikasi faktor yang mendukung dalam peningkatan kualitas pelayanan objek wisata Pantai Talang Siring. Tujuan dari penelitian deskriptif sendiri adalah untuk menggambarkan sifat suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu (Travers, 1978). Penelitian preskriptif digunakan untuk merumuskan tindakan untuk memecahkan masalah. Dalam studi ini, dilakukan pada waktu merumuskan upaya-upaya peningkatan kualitas pelayanan objek wisata pantai Talang Siring dengan komparasi dari literatur tentang pengembangan objek wisata pantai.

3.2 Variabel Penelitian

Berdasarkan peranan dari studi literatur kualitas pelayan jasa dan pariwisata, didapatkan variabel-variabel yang dianalisis serta dihasilkan dari indikator-indikator penentu peningkatan kualitas pelayanan objek pariwisata di bawah ini:

Tabel 3.1 Variabel Penelitian

Indikator	No	Variabel yang dinilai
<i>Tangible/Berwujud</i>	1.	<i>Fishing</i>
	2.	Sarana dan prasarana wisata seperti parkir, dan loket
	3.	Ketersediaan air bersih

	4.	Hutan <i>mangrove</i>
	5.	Ketersediaan <i>playground</i>
	6.	Ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata
	7.	Ketersediaan ATM Bank
	8.	<i>Culture heritage</i> sebagai aset wisata
	9.	Persewaan <i>Canoeing</i> kepada wisatawan yang ingin berkeliling pantai.
	10.	Ketersediaan restoran <i>seafood</i>
	11.	<i>Event Cultur Tourism</i> seperti atraksi kesenian music saronen
	12.	Ketersediaan toilet umum yang ramah lingkungan
	13.	Ketersediaan toko souvenir yang menjual jajanan dan hasil <i>home industry</i> penduduk sekitar wisata
	14.	Kondisi penerangan jalan
	15.	Penginapan yang memadai seperti hotel/homestay dengan konsep ramah lingkungan
Reability/ Keandalan	16	Kelestarian dari flora dan fauna
	17	Kebersihan lokasi wisata
	18	Keindahan alam dan pantai
	19	Keikutsertaan masyarakat sekitar kawasan obyek wisata alam, dapat berbentuk usaha dagang atau pelayanan jasa
	20	Pengelolaan daya tarik melalui promosi yang dilakukan
Assurance/ Jaminan	21	Tingkat kepuasan wisatawan yang menjadi tujuan utama
	22	Pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama
	23	<i>Tourist information center</i>
Responsiveness/ Ketanggapan	24	Kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan
	25	Keamanan
	26	Jasa pemandu atau penunjuk jalan
Empathy/ Perhatian	27	Partisipasi masyarakat dalam melayani wisatawan
	28	Sikap atau pelayanan masyarakat yang ramah kepada wisatawan

3.3 Populasi dan Sample

Populasi diartikan sebagai keseluruhan satuan analisis yang merupakan sasaran penelitian. Populasi pada penelitian adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke objek wisata pantai Talang Siring.

Teknik purposive sampling digunakan untuk menentukan sample pada penelitian ini. Menurut Sugiyono (2012), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel diambil dari data jumlah populasi tahun 2014, dengan jumlah 16.404 wisatawan. Dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin, (Widayat, 2002):

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)} \quad (3.1)$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Persentase kelonggaran (sebesar 10% atau 0,1)

Dengan perhitungan rumus diatas, jumlah sampel pada penelitian ini 98 wisatawan.

Skala pengukuran (Sugiono, 2012) merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut digunakan dalam pengukuran menghasilkan data kuantitatif. Skala *Likert* adalah skala yang digunakan untuk pengukuran, yaitu skala-skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item *instrument* yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Dalam penelitian ini skala *likert* yang digunakan:

Tabel 3.1 Skala Likert pada Pengukuran Tingkat Kinerja/Kepuasan

No.	Skala Likert	Bobot
1.	Sangat Tidak Memuaskan	1
2.	Tidak Memuaskan	2
3.	Cukup Memuaskan	3
4.	Memuaskan	4
5.	Sangat Memuaskan	5

Tabel 3.2 Skala Likert pada Pengukuran Tingkat Harapan

No.	Skala Likert	Bobot
1.	Sangat Tidak Mengharapkan	1
2.	Tidak Mengharapkan	2
3.	Netral	3
4.	Mengharapkan	4
5.	Sangat Mengharapkan	5

Tabel 3.3 Skala Likert pada Pengukuran Kepentingan

No.	Skala Likert	Bobot
1.	Sangat Tidak Penting	1
2.	Tidak Penting	2
3.	Cukup Penting	3
4.	Penting	4
5.	Sangat Penting	5

3.4 Metode Penelitian

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *survei primer* dan *sekunder*. *Survei primer* dilakukan melalui observasi pengamatan lapangan dan wawancara sebagai pengumpulan data informasi dari responden. Sedangkan *survei sekunder* dilakukan melalui *survei instansional* dan tinjauan media, yaitu mengoleksi data-data yang berhubungan dengan penyelenggaraan kegiatan wisata dan pemasaran wisata. Daftar pertanyaan pada penelitian ini, disusun berdasarkan bauran wisata yang paling dominan untuk dirumuskan. Diharapkan akan membantu dalam peningkatan kualitas

pelayanan yang nantinya dapat mempengaruhi perkembangan objek wisata pantai serta dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung. Faktor-faktor bauran tersebut menjadi landasan dalam penelitian ini, landasan tersebut akan lebih diperkaya, diperdalam dan lebih ditelaah lagi dengan menggabungkan data-data yang diperoleh dari lapangan.

3.4.1.1 Teknik Pengumpulan Data Primer

Teknik pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara dan melalui metode observasi lapangan. Data primer adalah informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer (asli). Dalam penelitian ini data primer diperoleh dengan melakukan survei yang meliputi teknik observasi lapangan secara langsung dan wawancara.

1. Observasi lapangan dilakukan untuk mengetahui kondisi penelitian dan dokumentasi dari penelitian untuk kesempurnaan penelitian ini.
2. Wawancara, merupakan kegiatan pengumpulan data dengan bertanya secara langsung untuk membantu dan melengkapi pengumpulan data yang tidak dapat diungkapkan melalui observasi lapangan. Tipe wawancara ini dilakukan secara langsung dan lebih memperhatikan keadaan lapangan. Tipe wawancara ini lebih tepat dipergunakan dalam studi ini, karena untuk memperoleh informasi tentang wisata pantai Talang Siring, responden pada penelitian ini sebagai narasumber yang harus benar-benar bebas dari pengaruh dari luar, dalam hal ini pewawancara/penulis mempunyai standar. Untuk pertanyaan dan dapat berubah pada saat terjadinya wawancara. Wawancara tersebut dilakukan berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan harapan memperoleh variabel objek wisata pantai dalam perumusan upaya-upaya peningkatan kualitas pelayanan objek wisata Pantai Talang Siring. Pertanyaan dirancang agar lebih fleksibel ketika melaksanakan wawancara, namun tetap mengacu pada sasaran respon yang dituju. Wawancara dilakukan pada wisatawan objek wisata Pantai Talang Siring.
3. Penyebaran Kuisioner

Penyebaran kuisisioner dilakukan untuk mencari data mengenai sasaran yang dicapai dan digunakan sebagai bahan dalam penelitian. Penyebaran kuisisioner diberikan kepada para *stakeholder* yang memiliki kepentingan untuk mengidentifikasi variabel-variabel kepada wisatawan yang dipilih secara acak di obyek wisata pantai. Penyebaran angket ini dilakukan dengan teknik pendampingan dimana *surveyor* mendampingi dan menunggu responden untuk mengisi angket (kuesioner) tersebut. Hal ini dilakukan untuk menghindari terjadinya salah persepsi dari responden, dan apabila terdapat pertanyaan-pertanyaan yang tidak dimengerti, maka responden dapat langsung menanyakannya kepada *surveyor*. Penyebaran angket yang dilakukan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui variabel mana yang lebih penting dalam peningkatan kualitas pelayanan objek wisata Pantai Talang Siring.

3.4.1.2 Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder diperoleh melalui literatur yang berkaitan dengan studi yang diambil. Studi literatur ini terdiri dari tinjauan teoritis dan pengumpulan data instansi.

1. Tinjauan teoritis, kegiatan pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari teori-teori pendapat para ahli yang berkaitan dengan pembahasan dalam studi. Tinjauan teoritis ini diperoleh dari buku-buku tentang kepariwisataan dan kualitas pelayanan, browsing di internet.
2. Pengumpulan data dari instansi-instansi terkait guna mendukung pembahasan studi yang disesuaikan dengan kebutuhan data yang diperlukan. Data instansi tersebut meliputi:
 - a. Bappeda Kabupaten Pamekasan, Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Pamekasan.
 - b. Bappeda Kabupaten Pamekasan, Peta penggunaan lahan Kecamatan Larangan.

- c. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pamekasan, dokumen Rencana Strategi Pengembangan Pariwisata Kabupaten Pamekasan”.
- d. DISPORABUD Kabupaten Pamekasan, Data jumlah kunjungan wisata pantai Talang Siring.

3.5 Pengujian Data

Pengujian data ini diharapkan dapat meningkatkan data yang hendak diolah dan dianalisis. Uji data yang dilakukan adalah validitas dan reliabilitas data.

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Menurut Sugiono (2012) untuk menguji validitas konstruk dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah product moment dari Karl Pearson, sebagai berikut:

$$r' = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}} \quad (3.2)$$

Kemudian hasil dari r dikonsultasikan dengan harga kritis *product moment* (r tabel), apabila hasil yang diperoleh r hitung $> r$ tabel, maka instrumen tersebut valid.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Arikunto (2006) menyatakan “Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik”. Reliabilitas berkenaan dengan tingkat keajegan atau ketetapan hasil pengukuran (Sukmadinata, 2009). Kuesioner dikatakan reliabel jika dapat memberikan hasil relatif sama, pada saat dilakukan pengukuran kembali pada obyek yang berlainan pada waktu yang berbeda atau memberikan hasil yang tetap. Uji reliabilitas dilakukan dengan rumus *cronbach alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad (3.3)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total

Apabila koefisien *Cronbach Alpha* (r_{11}) $\geq 0,7$ maka dapat dikatakan instrumen tersebut reliabel (Johnson & Christensen, 2012).

3.6 Teknik Analisa

Pada teknik analisis akan digunakan teknik analisis deskriptif, analisis skala *likert*, *Servqual* dan QFD.

Teknik analisis deskriptif digunakan untuk identifikasi kondisi produk wisata di objek wisata Pantai Talang Siring. Analisa skoring digunakan pembobotan variabel wisata kepada responden dalam tahap selanjutnya yaitu metode *Servqual* terhadap peningkatan kualitas pelayanan objek wisata Pantai Talang Siring. QFD digunakan untuk mengembangkan kualitas desain yang bertujuan untuk memuaskan konsumen dan kemudian menerjemahkan permintaan konsumen, sehingga target desain dan poin utama kualitas jaminan dapat digunakan di seluruh tahap produksi. Penerapan metode QFD diawali dengan penyusunan matriks HOQ. Matriks HOQ yang telah disusun akan digunakan untuk merumuskan perencanaan pengembangan. Matriks *House of Quality* (HOQ) adalah istilah yang sering digunakan untuk menggambarkan struktur QFD.

3.6.1 HOQ (Pembentukan *House of Quality*)

Rumah kualitas atau *House of Quality* (HOQ) merupakan tahap pertama dalam penerapan metodologi QFD. Secara garis besar matriks ini adalah upaya untuk mengkonversi *voice of costumer* secara langsung terhadap Karakteristik teknis atau spesifikasi teknis dari sebuah produk (barang atau jasa) yang dihasilkan. Perusahaan akan berusaha mencapai karakteristik teknis yang sesuai dengan target yang telah ditetapkan,

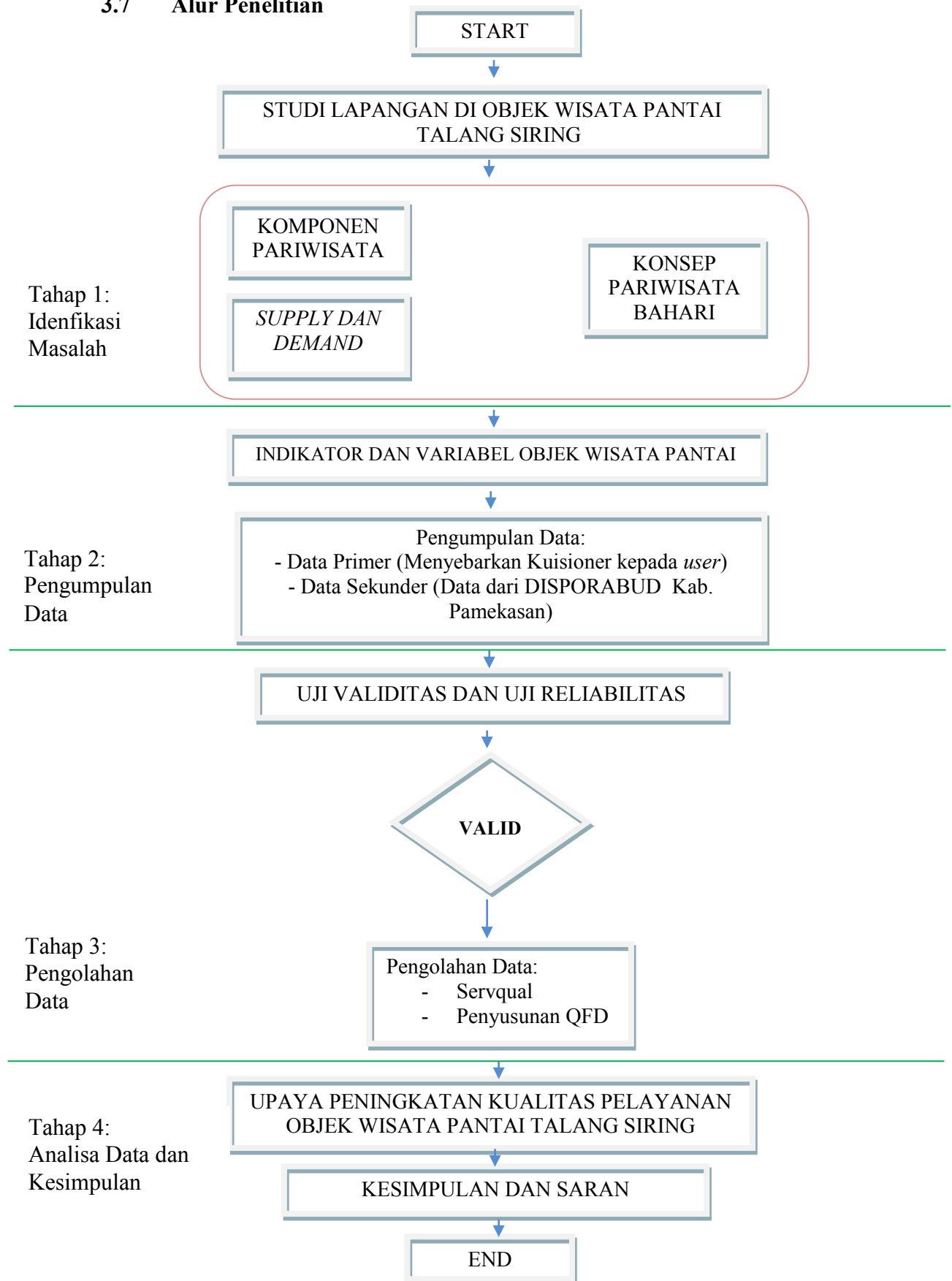
dengan sebelumnya melakukan *benchmarking* terhadap produk pesaing. *Benchmarking* dilakukan untuk mengetahui posisi-posisi relatif produk yang ada di pasaran yang merupakan *competitor*.

Langkah langkah membangun matriks HOQ adalah sebagai berikut:

1. ***Customer Needs and Benefits***. Bagian pertama dari HOQ adalah *Customer Needs and Benefits*, atau sering disebut sebagai suara konsumen (*Voice of Customer*). Bagian ini berisi mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen.
2. ***Planning Matrix***. Bagian kedua dari HOQ adalah *planning matrix*. Bagian ini merupakan tempat penentuan sasaran/tujuan produk, didasarkan pada hasil interpretasi tim terhadap data riset pemasaran. Penetapan sasaran merupakan gabungan antara prioritas-prioritas bisnis perusahaan dengan prioritas-prioritas kebutuhan konsumen. Hal ini merupakan tahapan penting dalam perencanaan produk.
3. ***Technical Response***. Bagian ketiga dari HOQ adalah *technical response*, sering juga disebut Substitute *Quality* Characteristic (SQC). Pada bagian ini terjadi proses penerjemahan dari kebutuhan konsumen (*voice of customer*) ke dalam bahasa pengembang (*voice of developer*). Proses ini akan mencari jawaban dari pertanyaan *how* (bagaimana) kebutuhan konsumen dapat dipenuhi. Penerjemahan dilakukan melalui proses *brainstorming*, yaitu dengan mencari cara-cara yang perlu dilakukan oleh pihak perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Alat yang biasa digunakan dalam proses ini diantaranya adalah *afinity diagram*, *fish bone diagram*, dan *tree diagram*.
4. ***Relationship Matrix***. Bagian keempat dari HOQ adalah pengisian bagian matrik hubungan (*relationships matrix*). Dengan menempatkan keinginan konsumen pada badan kiri dan karakteristik teknis pada bagian atas dari HOQ, maka dapat dievaluasi hubungan keduanya secara sistematis. Langkah pertamanya adalah mencari hubungan sebab akibat (*impact*) yang ditimbulkan oleh masing-masing karakteristik.

5. **Technical Correlations.** Bagian kelima dari HOQ adalah *technical correlations*, matriks yang terletak paling atas dan bentuknya menyerupai atap. Matriks ini digunakan untuk membantu tim dalam menentukan desain yang mengalami *bottleneck*, dan menentukan kunci komunikasi diantara para desainer. Selain itu, matriks ini juga menggambarkan hubungan dan ketergantungan antar karakteristik teknik yang satu dengan karakteristik teknik yang lainnya. Antar elemen karakteristik teknik tersebut, mungkin saling mempengaruhi, baik positif (saling mendukung) ataupun negatif (saling bertentangan). Dengan melihat *direction of improvement* dan tiap karakteristik teknis, kemudian didiskusikan dan ditetapkan bersama tim pengembang tingkat hubungan dari setiap karakteristik teknis.
6. **Technical Matrix.** Bagian keenam dari HOQ adalah *technical matriks*. Bagian ini berisi tiga jenis data, yaitu:
- Technical Response Priorities.*
 - Competitive Technical Benchmarks.*
 - Target Technical.*

3.7 Alur Penelitian



“halaman ini sengaja dikosongkan”

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai hasil dari pengumpulan data primer dan sekunder yang telah dilakukan, kemudian akan dilanjutkan dengan pengolahan data sesuai dengan sistematika metode penelitian yang telah dibuat pada bab sebelumnya dan sekaligus menganalisa hasil yang diperoleh.

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Gambaran Umum Kabupaten

Kabupaten Pamekasan merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Timur yang memiliki luas daratan 679.230 Ha dan luas pantai 18.000 Ha. Kabupaten Pamekasan memiliki batas-batas administrasi wilayah sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Laut Jawa
- Sebelah Selatan : Selat Madura
- Sebelah Timur : Kabupaten Sumenep
- Sebelah Barat : Kabupaten Sampang

Kabupaten Pamekasan terdiri dari 13 kecamatan terdiri dari sebanyak 178 desa dan 11 kelurahan. Untuk kecamatan Batumarmar sebagai kecamatan terluas yaitu 67, 705 Ha atau 12,25. Sedangkan untuk wilayah terkecil yaitu kecamatan Pamekasan dengan luas 62,647 Ha atau 3,34%.

4.1.2 Gambaran Umum Kawasan

Kecamatan Larangan memiliki luas 40, 86 km². Namun dari total 40,86 km². Batas-batas wilayah Kawasan Wisata Pesisir Talang Siring Larangan adalah:

- Sebelah utara : Desa Lancar
- Sebelah timur : Kabupaten Sumenep dan Selat Madura
- Sebelah selatan : Kecamatan Galis
- Sebelah Barat : Desa Panaguan

Berdasarkan RTRW Kabupaten Pamekasan tahun 2010 kecamatan larangan merupakan kawasan yang perencanaannya diarahkan salah satunya sebagai daerah wisata.

4.1.3 Potensi Pariwisata Kabupaten Pamekasan

Kabupaten Pamekasan merupakan salah satu kabupaten yang memiliki banyak pariwisata yang berpotensi untuk dikembangkan. Pariwisata di Kabupaten Pamekasan terdiri dari pariwisata alam, pariwisata religi, pariwisata agro, pariwisata budaya, dan wisata kuliner. Jenis wisata yang ada di Kabupaten Pamekasan sebagai berikut:

a. Wisata Alam

Wisata alam yang ada di Kabupaten Pamekasan yang ada di daratan dan lautan seperti Pantai Talang Siring, Jumiang, Batu Kerbuy, wisata Api Tak Kunjung Padam, wisata Lembah Sembir, wisata Tanah Lapis Proppo, wisata Cok Gunung, wisata Gunung Brengik, dan wisata Air Terjun Kadur.

b. Wisata Religi

Wisata religi yang ada di kabupaten Pamekasan yaitu: wisata Pasarean Batuampar, wisata Vihara Avalokitesvara, dan wisata Makam Pangeran Ronggosukowati.

c. Wisata Argo

Wisata argo wisata agro yang terdapat di kabupaten Pamekasan terdiri dari wisata wisata Tanaman Organik Klampar, serta wisata Sentra Durian dan Rambutan.

d. Wisata Budaya

Wisata budaya yang dimiliki oleh kabupaten Pamekasan antara lain: event budaya Kerapan Sapi, event budaya Sapi Sono', event budaya Petik Laut, wisata Batik, music tradisional Ul-Daul dan music tradisional Saronen, Tari-Tarian tradisional dan Museum daerah.

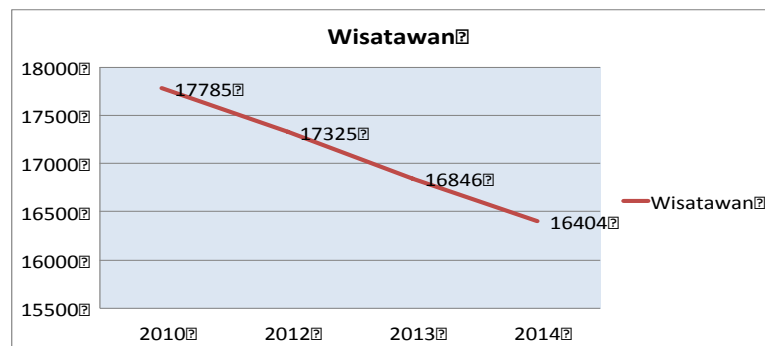
e. Wisata Kuliner

Jenis kuliner yang bersifat unik, khas daerah tersebut jarang ditemui didaerah lain antara lain: camilan khas Madura, sate sala', kacang otok, campur lorjuk, soto keppo, dan banyak lain jenis kuliner lainnya.

Dari data-data di atas, Kabupaten Pamekasan memiliki banyak potensi untuk dikembangkan sehingga mampu untuk meningkatkan pemasukan PAD terhadap Kabupaten dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.

Berdasarkan data jumlah pengunjung di seluruh obyek wisata di Kabupaten Pamekasan dari tahun ke tahun rata-rata jumlah pengunjung mengalami ketidakstabilan pada peningkatan jumlah pengunjung. Data jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Pamekasan dapat dilihat pada Gambar 4.1

Gambar 4.1 Data Jumlah Pengunjung Wisatawan Pantai Talang Siring 2010-2014



Sumber : Disperindag Kab. Pamekasan, 2015

Dari data kunjungan wisatawan di Kabupaten Pamekasan mengalami penurunan dari tahun jumlah wisatawan dari tahun ke tahun. Terjadinya penurunan jumlah wisatawan menjadi salah satu dampak dari kualitas jasa yang dikembangkan belum optimal. Apabila potensi wisata ini dapat dikembangkan dengan benar, tidak menutup kemungkinan akan memiliki dampak positif dari berbagai bidang, Salah satunya dapat meningkatkan PAD Kabupaten Pamekasan dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Kabupaten Pamekasan.

4.14 Proyeksi Jumlah Wisatawan Objek Pantai Talang Siring 10 Tahun Mendatang

Proyeksi wisatawan ini digunakan untuk peningkatan kualitas pelayanan industry wisata pada masa-masa yang akan datang. Komponen inilah yang menentukan besarnya jumlah wisatawan di masa mendatang

sehingga pihak manajemen objek wisata pantai Talang Siring pada nantinya bisa melakukan peningkatan kualitas pelayanan dalam perencanaan dan pembangunan wisata pantai yang berkelanjutan. Proyeksi wisatawan 10 tahun mendatang berdasarkan rumus Geometrik dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1 Proyeksi Wisatawan 10 Tahun Mendatang

Tahun	X	Jumlah
2014	0	16404
2015	1	16840
2016	2	17288
2017	3	17748
2018	4	18220
2019	5	18705
2020	6	19203
2021	7	19713
2022	8	20238
2023	9	20776
2014	10	21329

Sumber : Hasil Analisa, 2016

$$P_n = P_o (1+r)^n$$

Keterangan : (4.1)

P_n = jumlah penduduk pada tahun n

P_o = jumlah penduduk pada tahun awal

r = angka pertumbuhan penduduk

n = periode waktu dalam tahun

4.1.5 Daya Tarik Wisata Pantai Talang Siring

Pantai Talang Siring merupakan salah satu pantai yang ada di Kabupaten Pamekasan. Letak pantai Talang Siring berada tepat disisi jalan arteri primer (Surabaya-Kamal-Sumenep), yang merupakan jalur utama lalu lintas di Pulau Madura sehingga menjadikan kawasan wisata ini mudah dicapai. Letak pantai Talang Siring yang strategis mempunyai peluang untuk dikembangkan.



Gambar 4.2 Pantai Talang Siring
Sumber: Survey Primer, 2015

Pantai Talang Siring tergolong alami dengan keindahan pantai yang dapat menarik wisatawan lokal yang berkunjung, serta disebelah kanan pantai terdapat tanaman bakau (*mangrove*). Namun sampai saat ini pantai ini belum dikelola serta belum dikembangkan oleh pihak pemerintah.

4.16 Pesarean Makam Joko Tarub

Pesarean Joko Tarub merupakan makam dari Joko Tarub yaitu tokoh dari cerita legendaris masyarakat. Makam Joko Tarub terletak di desa Montok, Kecamatan Larangan yang letaknya tidak jauh dari pantai Talang Siring. Rata-rata peziarah di makam Joko Tarub tidak hanya dari masyarakat Madura, melainkan dari luar Madura seperti Situbondo, Jember, Banyuwangi, dan lainnya.



Gambar 4.3 Makam Joko Tarub
Sumber: Survey Primer, 2015

4.1.7 Mangrove

Hutan *mangrove* merupakan tipe hutan tropika yang khas dan tumbuh di sepanjang pantai atau muara sungai serta dipengaruhi oleh

pasang surut air laut. Mangrove banyak dijumpai di wilayah pesisir yang terlindung dari gempuran ombak. Disebelah kanan pantai Talang Siring terdapat mangrove yang memiliki kemampuan untuk meredam pengaruh gelombang, menahan lumpur, dan melindungi pantai dari erosi, gelombang pasang dan angin topan. Di sepanjang garis pantai pesisir kecamatan Larangan rata-rata terdapat mangrove, Mangrove yang ada hanya dari kelompok mayor seperti *Avicennia sp*, dan *Rhizophora sp*.



Gambar 4.4 Mangrove
Sumber: Survey Primer, 2015

4.2 Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuisioner, yaitu kuisioner yang mengukur antara harapan dan kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan sebagai konsumen produk wisata. Responden pada penelitian ini adalah wisatawan yang dipilih secara random dengan jumlah data responden 49 wisatawan. Tahapan yang paling awal yang dilakukan adalah dengan uji validitas dan uji reliabilitas yang bertujuan agar data-data yang diperoleh benar-benar akurat dan bisa dipakai untung perhitungan selanjutnya.

Data yang diolah terdiri dari data tingkat harapan wisatawan pantai Talang Siring dan data kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan. Kedua data tersebut telah diolah dengan menggunakan *Microsoft Excel* dan program SPSS.

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi *Product Moment* pada setiap pertanyaan dengan tingkat signifikan $\alpha = 0,05$ dan

jumlah sampel yang digunakan yaitu 49 wisatawan dengan r_{table} 0,281. Jika $r_{hitung} > r_{table}$ maka data dinyatakan valid. Berdasarkan data kuisioner awal yang telah diolah dihasilkan sebagai berikut:

1. Tingkat Harapan

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan

No. Butir	r hitung	Nilai r tabel	Interpretasi
1	0,365	$\geq 0,281$	Valid
2	0,414	$\geq 0,281$	Valid
3	0,475	$\geq 0,281$	Valid
4	0,575	$\geq 0,281$	Valid
5	0,329	$\geq 0,281$	Valid
6	0,345	$\geq 0,281$	Valid
7	0,304	$\geq 0,281$	Valid
8	0,602	$\geq 0,281$	Valid
9	0,518	$\geq 0,281$	Valid
10	0,383	$\geq 0,281$	Valid
11	0,509	$\geq 0,281$	Valid
12	0,447	$\geq 0,281$	Valid
13	0,411	$\geq 0,281$	Valid
14	0,321	$\geq 0,281$	Valid
15	0,445	$\geq 0,281$	Valid
16	0,657	$\geq 0,281$	Valid
17	0,508	$\geq 0,281$	Valid
18	0,427	$\geq 0,281$	Valid
19	0,416	$\geq 0,281$	Valid
20	0,490	$\geq 0,281$	Valid
21	0,411	$\geq 0,281$	Valid
22	0,558	$\geq 0,281$	Valid
23	0,389	$\geq 0,281$	Valid
24	0,498	$\geq 0,281$	Valid
25	0,445	$\geq 0,281$	Valid
26	0,404	$\geq 0,281$	Valid
27	0,397	$\geq 0,281$	Valid
28	0,546	$\geq 0,281$	Valid

Pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa pada kolom $r_{hitung} \geq$ kolom r_{tabel} dengan taraf signifikan pada level 0,05 atau 5% yang menandakan seluruh item pertanyaan telah lulus uji validitas dan dapat dinyatakan valid, sehingga untuk kuisioner tingkat harapan bisa dilanjutkan pada uji reliabilitas.

2. Tingkat Kepuasan

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepuasan

No. Butir	r hitung	Nilai r tabel	Interpretasi
1	0,315	$\geq 0,281$	Valid
2	0,405	$\geq 0,281$	Valid
3	0,399	$\geq 0,281$	Valid
4	0,315	$\geq 0,281$	Valid
5	0,419	$\geq 0,281$	Valid
6	0,437	$\geq 0,281$	Valid
7	0,375	$\geq 0,281$	Valid
8	0,345	$\geq 0,281$	Valid
9	0,344	$\geq 0,281$	Valid
10	0,373	$\geq 0,281$	Valid
11	0,379	$\geq 0,281$	Valid
12	0,415	$\geq 0,281$	Valid
13	0,329	$\geq 0,281$	Valid
14	0,371	$\geq 0,281$	Valid
15	0,490	$\geq 0,281$	Valid
16	0,288	$\geq 0,281$	Valid
17	0,348	$\geq 0,281$	Valid
18	0,327	$\geq 0,281$	Valid
19	0,334	$\geq 0,281$	Valid
20	0,344	$\geq 0,281$	Valid
21	0,361	$\geq 0,281$	Valid
22	0,475	$\geq 0,281$	Valid
23	0,345	$\geq 0,281$	Valid
24	0,309	$\geq 0,281$	Valid
25	0,294	$\geq 0,281$	Valid
26	0,396	$\geq 0,281$	Valid
27	0,309	$\geq 0,281$	Valid
28	0,357	$\geq 0,281$	Valid

Pada Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa pada kolom *r hitung* \geq kolom *r tabel* dengan taraf signifikan pada level 0,05 atau 5% yang menandakan seluruh item pertanyaan telah lulus uji validitas dan dapat dinyatakan valid, sehingga untuk kuisioner tingkat kepuasan bisa dilanjutkan pada uji reabilitas.

4.2.2 Uji Reabilitas

Pengukuran tingkat keandalan dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Cronbach's Alpha. Data dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* minimal 0.50 (Hair et al., 2010:125), dan handal apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60 - 0.80 dan >0.80 - 1.00 sangat andal. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat sebagai berikut:

1. Uji Reliability pada tingkat Harapan

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kuisisioner Tingkat Harapan

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	49	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	49	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.851	28

Pada tabel hasil uji validitas tingkat harapan dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0.851 > 0.50$ yang menandakan bahwa butir-butir instrumen penelitian reliable dan dikatakan handal sehingga dapat digunakan untuk pengambilan data yang sebenarnya.

2. Uji Reliability pada tingkat Kepuasan

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kuisisioner Tingkat Kepuasan

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	49	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	49	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.743	28

Pada tabel hasil uji validitas tingkat kepuasan di atas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0.743 > 0.50$ yang menandakan bahwa butir-butir instrumen penelitian reliable dan dikatakan andal sehingga dapat digunakan untuk pengambilan data yang sebenarnya.

4.3 Pengolahan Data Model *Service Quality* (SERVQUAL)

Dalam pengolahan data pada tahap ini menggunakan data yang diambil dari 98 responden yang telah mengisi kuisioner yang sudah valid dan reliable. Hasil analisa perhitungan dapat dilihat pada tabel berikut:

4.3.1 Analisa Data Kuisioner Harapan

Tabel 4.6 Analisis pada *Tangibel* (Berwujud) Kuisioner Harapan

No	ATRIBUT-ATRIBUT YANG DINILAI	STM	TM	N	M	SM
1.	Ketersediaan penerangan jalan	0%	0%	12.74%	50.96%	32.34%
2.	Sarana dan prasarana wisata seperti parkir, dan loket	0%	2.94%	14.7%	35.28%	43.12%
3.	Ketersediaan toilet umum yang ramah lingkungan	0%	1.96%	2.94%	63.7%	27.44%
4.	Hutan <i>mangrove</i>	0%	0.98%	2.94%	45.08%	47.04%
5.	<i>Fishing</i>	0%	0.98%	13.72%	67.62%	13.72%
6.	Ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata	0%	5.58%	16.66%	22.54%	50.96%
7.	Ketersediaan ATM Bank	0%	0.98%	23.52%	28.42%	43.12%
8.	<i>Culture heritage</i> sebagai aset wisata	0%	0.98%	17.64%	49.98%	27.44%
9.	Persewaan <i>Canoeing</i> kepada wisatawan yang ingin berkeliling pantai.	0%	0.98%	22.54%	47.04%	25.48%
10.	Ketersediaan restoran <i>seafood</i>	0%	0.98%	16.66%	40.18%	38.22%
11.	<i>Event Cultur Tourism</i> seperti atraksi kesenian musik saronen	0%	1.96%	12.74%	42.14%	39.2%
12.	Ketersediaan air bersih	0%	3.92%	18.62%	28.42%	45.08 %
13.	Ketersediaan toko souvenir yang menjual jajanan dan hasil <i>home industry</i> penduduk sekitar wisata	0%	0.98%	20.58%	51.94%	22.54%
14.	Ketersediaan <i>playground</i>	0%	0%	11.76%	66.64%	17.64%
15.	Penginapan yang memadai seperti hotel/ <i>homestay</i> dengan konsep ramah lingkungan	0%	0%	9.8%	57.82%	28.42%

Berdasarkan tabel persentase di atas dapat diketahui bahwa yang sangat diharapkan oleh wisatawan Pantai Talang Siring yaitu ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata (50.96%), hutan *mangrove* (47.04%), ketersediaan air bersih (45.08%), ketersediaan ATM Bank serta sarana dan prasarana wisata seperti parkir, dan loket (43.21%), *event culture tourism* seperti atraksi kesenian music saronen (39.2%), ketersediaan restaurant *seafood* (38.22%), kondisi penerangan jalan (32.34%), penginapan yang memadai seperti hotel/*homestay* dengan konsep ramah lingkungan (28.42%), ketersediaan toilet umum yang ramah lingkungan dan *culture heritage* sebagai aset wisata (27.44%), persewaan *canoeing* kepada wisatawan yang ingin berkeliling pantai. (25.48%),

ketersediaan toko souvenir yang menjual jajanan dan hasil *home industry* penduduk sekitar wisata (22.54%), dan ketersediaan *playground* (17.64), *fishing* (13.72%)

Adanya hutan mangrove yang ada di Pantai Talang Siring merupakan daya tarik tersendiri yang dimiliki oleh Kabupaten Pamekasan dan adanya daya dukung rekreasi, aksesibilitas, fasilitas dan akomodasi merupakan bukti nyata dari perkembangan industri wisata khususnya di wisata pantai Talang Siring.

Tabel 4.7 Analisis dimensi *Reliability*/Keandalan Kuisisioner Harapan

No	ATRIBUT-ATRIBUT YANG DINILAI	STM	TM	N	M	SM
16.	Kelestarian dari flora dan fauna	0%	0%	11.76%	37.24%	47.04%
17.	Kebersihan lokasi wisata	0%	0%	17.6%	42.14%	36.26%
18.	Keindahan alam dan pantai	0%	0%	16.66%	51.94%	27.44%
19.	Keikutsertaan masyarakat sekitar kawasan obyek wisata alam dapat berbentuk usaha dagang atau pelayanan jasa	0%	0%	9.8%	54.88%	31.36%
20.	Pengelolaan daya tarik melalui promosi yang dilakukan	0%	0%	10.78%	53.9%	31.36%

Berdasarkan tabel persentase analisa dimensi di atas, dapat dilihat bahwa yang sangat diharapkan yaitu kelestarian dari flora dan fauna (47.04%), kebersihan lokasi wisata (36.26%), pengelolaan daya tarik melalui promosi yang dilakukan dan keikutsertaan masyarakat sekitar kawasan obyek wisata alam dapat berbentuk usaha dagang atau pelayanan jasa (31.36%), dan keindahan pantai (27.44%).

Tabel 4.8 Analisis dimensi *Assurance*/Jaminan Kuisisioner Harapan

No	ATRIBUT-ATRIBUT YANG DINILAI	STM	TM	N	M	SM
21.	Tingkat kepuasan wisatawan yang menjadi tujuan utama	0%	0%	14.7%	48.02%	33.32%
22.	Pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama	0%	0%	8.82%	56.84%	30.38%
23.	<i>Tourist Information center</i>	0%	0%	11.76%	50.96%	33.32%

Berdasarkan tabel persentase analisa dimensi di atas, dapat dilihat bahwa yang sangat diharapkan yaitu tingkat kepuasan wisatawan yang menjadi tujuan utama (33.32%), *tourist information center* (33.32%) dan pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama (30.38%).

Tabel 4.9 Analisis Dimensi *Responsiveness*/Ketanggapan

No	ATRIBUT-ATRIBUT YANG DINILAI	STM	TM	N	M	SM
24.	Kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan	0%	0%	20.58%	49%	26.46%
25.	Keamanan	0%	0%	11.76%	51.94%	32.34%
26.	Jasa pemandu atau penunjuk jalan	0%	0%	5.58%	73.5%	16.66%

Berdasarkan tabel persentase analisa dimensi di atas, dapat dilihat bahwa yang sangat diharapkan yaitu keamanan (32.34%), kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan (26.46%), dan jasa pemandu atau penunjuk jalan (16.66%)

Tabel 4.10 Analisis dimensi *Empathy*/Perhatian

No	ATRIBUT-ATRIBUT YANG DINILAI	STM	TM	N	M	SM
27.	Partisipasi masyarakat dalam melayani wisatawan	0%	0%	4.9%	63.7%	27.44%
28.	Sikap atau pelayanan masyarakat yang ramah kepada wisatawan	0%	0%	14.7%	49.98%	31.36%

Berdasarkan tabel persentase analisa dimensi di atas, dapat dilihat bahwa yang sangat diharapkan yaitu sikap atau pelayanan masyarakat yang ramah kepada wisatawan (31.36%) dan partisipasi masyarakat dalam melayani wisatawan (27.44%).

4.3.2 Analisa Data Kuisiner Kinerja/Kepuasan

Tabel 4.11 Analisis dimensi *Tangibel*/Berwujud

No	ATRIBUT-ATRIBUT YANG DINILAI	STP	TP	N	P	SP
1.	Ketersediaan penerangan jalan	7.84%	58.8%	27.44%	1.96%	0%
2.	Sarana dan prasarana wisata seperti parkir, dan loket	14.7%	58.8%	16.66%	3.92%	1.96%
3.	Ketersediaan toilet umum yang ramah lingkungan	15.68%	59.78%	15.68%	2.94%	1.96%
4.	Hutan <i>mangrove</i>	28.42%	56.84%	9.8%	0.98%	0%
5.	<i>Fishing</i>	10.78%	58.8%	22.54%	0.98%	0%
6.	Ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata	22.54%	44.1%	22.54%	4.9%	1.96%
7.	Ketersediaan ATM Bank	8.82%	50.96%	33.32%	0.98%	1.96%
No	ATRIBUT-ATRIBUT YANG DINILAI	STP	TP	N	P	SP
8.	<i>Culture heritage</i> sebagai aset wisata	15.68%	60.76%	18.62%	0.98%	0%
9.	Persewaan <i>Canoeing</i> kepada wisatawan yang ingin berkeliling pantai.	12.74%	47.04%	33.32%	2.94%	0%
10.	Ketersediaan restoran <i>seafood</i>	9,8%	35.28%	40.18%	10.78%	0%

No	ATRIBUT-ATRIBUT YANG DINILAI	STP	TP	N	P	SP
11.	<i>Event Cultur Tourism</i> seperti atraksi kesenian musik saronen	21.56%	52.92%	21.56%	0%	0%
12.	Ketersediaan air bersih	13.72%	48.02%	27.44%	2.94%	3.92%
13.	Ketersediaan toko souvenir yang menjual jajanan dan hasil <i>home industri</i> penduduk sekitar wisata	12.74%	55.86%	24.5%	2.94%	0%
14.	Ketersediaan <i>playground</i>	10.78%	61.74%	21.56%	1.96%	0%
15.	Penginapan yang memadai seperti hotel/homestay dengan konsep ramah lingkungan	19.6%	52.92%	16.66%	4.9%	1.96%

Berdasarkan data analisa di atas, dapat dilihat bahwa yang sangat tidak memuaskan bagi responden yaitu hutan *mangrove* (28.42%), ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata (22.54%), *event Cultur Tourism* seperti atraksi kesenian musik saronen (21.56%), penginapan yang memadai seperti *hotel/homestay* dengan konsep ramah lingkungan (19.6%), *Culture heritage* sebagai aset wisata dan ketersediaan toilet umum yang ramah lingkungan (15.68%), sarana dan prasarana wisata seperti parkir dan loket (14.7%), ketersediaan air bersih (13.72%), Persewaan *Canoeing* kepada wisatawan yang ingin berkeliling pantai dan Ketersediaan toko souvenir yang menjual jajanan dan hasil *home industri* penduduk sekitar wisata (12.74%), Ketersediaan *playground* (10.78%), Ketersediaan restoran *seafood* (9.8%), dan Ketersediaan penerangan jalan (7.84%).

Tabel 4.12 Analisis Dimensi *Reliability*/Keandalan Kuisisioner Kepuasan

No	ATRIBUT-ATRIBUT YANG DINILAI	STP	TP	N	P	SP
16.	Kelestarian dari flora dan fauna	26.46%	50.96%	17.64%	0.98%	0%
17.	Kebersihan lokasi wisata	18.62%	40.18%	33.32%	2.94%	0.98%
18.	Keindahan alam dan pantai	16.66%	33.32%	40.18%	3.92%	1.96%
19.	Keikutsertaan masyarakat sekitar kawasan obyek wisata alam dapat berbentuk usaha dagang atau pelayanan jasa	11.76%	31.36%	34.3%	17.64%	0.98%
No	ATRIBUT-ATRIBUT YANG DINILAI	STP	TP	N	P	SP
20.	Pengelolaan daya tarik melalui promosi yang dilakukan	14.7%	47.04%	33.32%	0.98%	0%

Berdasarkan data analisa di atas, dapat dilihat bahwa yang sangat tidak memuaskan bagi responden yaitu kelestarian dari flora dan fauna (26.46%), kebersihan lokasi wisata (23.52%), keindahan alam dan pantai (16.66%), pengelolaan daya tarik melalui promosi yang dilakukan (14.7%), dan keikutsertaan masyarakat sekitar kawasan obyek wisata alam dapat berbentuk usaha dagang atau pelayanan jasa (11.76%) .

Tabel 4.13 Analisis Dimensi Assurance/Jaminan Kuisisioner Kepuasan

No	ATRIBUT-ATRIBUT YANG DINILAI	STP	TP	CP	P	SP
21.	Tingkat kepuasan wisatawan yang menjadi tujuan utama	5.88%	42.14%	27.44%	0.98%	1.96%
22.	Pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama	15.68%	57.82%	15.68%	2.94%	3.92%
23.	<i>Tourist Information center</i>	10.78%	40.18%	36.26%	7.84%	0.98%

Berdasarkan data analisa di atas, dapat dilihat bahwa yang sangat tidak memuaskan bagi responden yaitu pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama (15.68%), *tourist information center* (10.78%) dan tingkat kepuasan wisatawan yang menjadi tujuan utama (5.88%)

Tabel 4.14 Analisis Dimensi Responsiveness/Ketanggapan Kuisisioner Kepuasan

No	ATRIBUT-ATRIBUT YANG DINILAI	STP	TP	CP	P	SP
24.	Kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan	19.6%	57.82%	17.64%	0.98%	0%
25.	Keamanan	11.76%	48.02%	31.36%	2.94%	1.96%
26.	Jasa pemandu atau penunjuk jalan	17.64%	39.2%	27.44%	2.94%	0.98%

Berdasarkan data analisa di atas, dapat dilihat bahwa yang sangat tidak memuaskan bagi responden yaitu kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan (19.6%), jasa pemandu atau penunjuk jalan (17.64%) dan keamanan (11.67%).

Tabel 4.15 Analisis Dimensi Empathy/Perhatian Kuisisioner Kepuasan

No	ATRIBUT-ATRIBUT YANG DINILAI	STP	TP	CP	P	SP
27.	Partisipasi masyarakat dalam melayani wisatawan	10.78%	51.94%	30.38%	2.94%	0%
28.	Sikap atau pelayanan masyarakat yang ramah kepada wisatawan	13.72%	46.06%	34.3%	1.96%	0%

Berdasarkan data analisa di atas, dapat dilihat bahwa yang sangat tidak memuaskan bagi responden yaitu sikap atau pelayan masyarakat yang ramah kepada wisatawan (13.72%) dan partisipasi masyarakat dalam melayani wisatawan (10.78%)

4.4 Analisa Diagram Kartesius Kesesuaian Harapan dan Kepuasan Variabel Mutu Secara Keseluruhan

Dalam analisa ini membandingkan rata-rata skor harapan wisatawan dengan rata-rata skor kepuasan yang dirasakan wisatawan terhadap produk yang diberikan oleh obyek wisata pantai Talang Siring, kemudian rata-rata tersebut dimasukan dalam diagram kartesius dengan rata-rata harapan sebagai sumbu Y dan rata-rata kepuasan pada sumbu X.

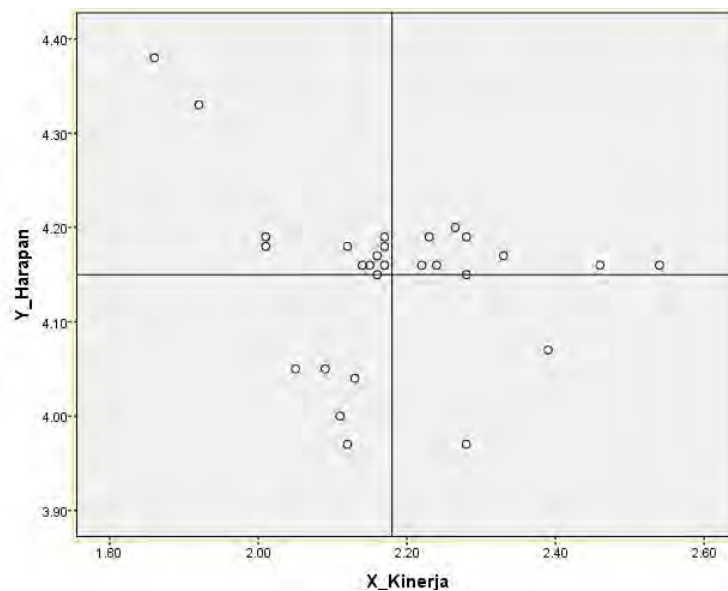
Tabel 4.16 Rerata Harapan dan Kepuasan Produk Wisata Pantai Talang Siring

No	ATRIBUT	Harapan (Y)	Kenyataan/ Kepuasan (X)	\bar{Y}	\bar{X}	Kesesuaian %
1	T1	408	220	4,16	2,24	53.85%
2	T2	411	213	4,19	2,17	51.79%
3	T3	410	208	4,18	2,12	50.71%
4	T4	430	182	4,38	1,85	42.23%
5	T5	392	207	4	2,11	52.75%
6	T6	407	212	4,15	2,16	52.04%
7	T7	407	224	4,15	2,28	54.94%
8	T8	397	201	4,05	2,05	50.61%
9	T9	389	223	3,97	2,28	57.43%
10	T10	408	249	4,16	2,54	61.06%
11	T11	411	197	4,19	2,01	47.97%
12	T12	408	218	4,16	2,22	53.37%
13	T13	389	208	3,97	2,12	53.40%
14	T14	396	209	4,04	2,13	52.72%
15	T15	408	210	4,16	2,14	51.44%
16	R1	425	189	4,34	1,93	44.47%
17	R2	408	213	4,16	2,17	52.16%
18	R3	399	234	4,07	2,39	58.72%
19	R4	411	218	4,19	2,22	52.98%
20	R5	409	212	4,17	2,16	51.8%
21	A1	408	208	4,16	2,12	50.96%
22	A2	410	213	4,18	2,17	51.91%
23	A3	408	241	4,16	2,46	59.13%
24	RES1	410	197	4,18	2,01	48.08%
25	RES2	409	228	4,17	2,33	55.86%
26	RES3	397	205	4,05	2,09	51.60%
27	E1	412	222	4,2	2,27	54.04%
28	E2	411	223	4,19	2,28	54.42%

Berdasarkan hasil perhitungan tabulasi dengan menggunakan skala *likert*, nilai minimal dari harapan dan kinerja 1=100, 2=200, 3=300 dan nilai maksimal 5=500

4.4.1 Sebaran Variabel-Variabel dalam Diagram Kartesius

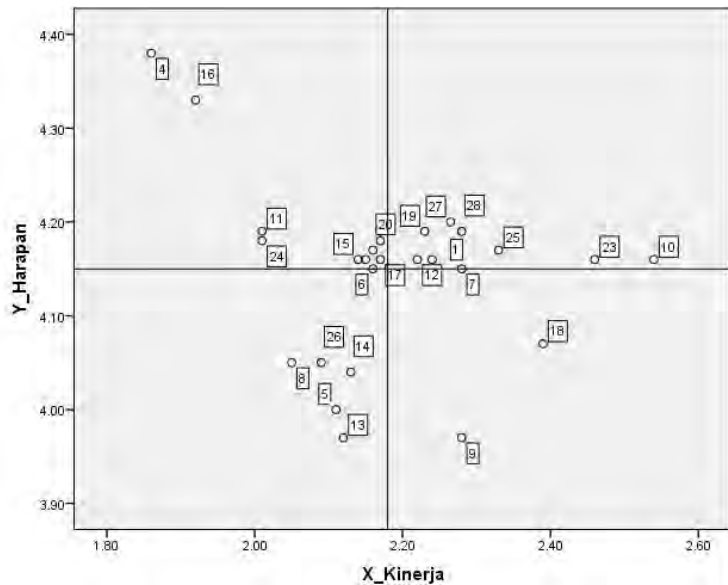
Dari nilai rata-rata Harapan \bar{Y} dan Kepuasan \bar{X} sebagaimana di atas digunakan untuk menentukan posisi penempatan variabel mutu produk wisata pada kuadran diagram *kartesius*. Berikut sebaran posisi variable dalam gambar sebaran variabel dalam Diagram *Kartesius* 4.5.



Gambar 4.5 Sebaran Variabel dalam Diagram Kartesius

4.4.2 Menghitung *Importance Performance Analysis* (IPA)

Untuk dapat dikelompokkan menjadi empat bagian maka, diagram kartesius dipotong menjadi empat bagian sumbu yang sejajar \bar{Y} Harapan didapat dari jumlah rata-rata skor (116,204) dibagi dengan jumlah butir soal sebanyak 28 soal maka didapatkan hasil (4,15). Pada sumbu yang sejajar dengan X Kepuasan didapat dari jumlah rata-rata skor (61,061) dibagi dengan jumlah butir soal sebanyak 28 soal maka didapatkan hasil (2,18). Untuk IPA dapat dilihat pada Gambar berikut:



Gambar 4.6 Importance Performance Analysis

Hasil penempatan variabel mutu pada diagram kartesius pada gambar diatas sebagai berikut:

1. Kuadran A

Pada kuadran ini menunjukkan faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh wisatawan namun pelaksanaannya dijalankan oleh manajemen secara cukup atau biasa-biasa saja. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- a. *Fishing*
- b. Ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata
- c. *Culture heritage* sebagai aset wisata
- d. Ketersediaan *playground*
- e. Penginapan yang memadai seperti hotel/*homestay* dengan konsep ramah lingkungan

2. Kuadran B

Pada kuadran ini menunjukkan faktor-faktor yang dianggap sangat penting oleh wisatawan namun manajemen belum melaksanakan sesuai kepentingan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- a. Sarana dan prasarana wisata seperti parkir, dan loket
- b. Ketersediaan toilet umum yang ramah lingkungan
- c. Hutan *Mangrove*

- d. *Event Cultur Tourism* seperti atraksi kesenian musik saronen
- e. Ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata
- f. Kelestarian dari flora dan fauna
- g. Kebersihan lokasi wisata
- h. Pengelolaan daya tarik melalui promosi yang dilakukan
- i. Pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama
- j. Tingkat kepuasan wisatawan yang menjadi tujuan utama
- k. Kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan

3. Kuadran C

Pada kuadran ini menunjukkan faktor-faktor yang dianggap penting oleh wisatawan dan telah dilaksanakan manajemen sesuai dengan kepentingan serta sangat memuaskan wisatawan sehingga wajib untuk dipertahankan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- a. Ketersediaan penerangan jalan
- b. Ketersediaan ATM Bank
- c. Ketersediaan restoran *seafood*
- d. Ketersediaan air bersih
- e. *Tourist Information center*
- f. Keamanan
- g. Partisipasi masyarakat dalam melayani wisatawan
- h. Sikap atau pelayanan masyarakat yang ramah kepada wisatawan

4. Kuadran D

Pada kuadran ini menunjukkan faktor-faktor yang kurang penting, tetapi pelaksanaannya berlebihan atau sangat memuaskan wisatawan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- a. *Culture heritage* sebagai aset wisata
- b. Persewaan *Canoeing* kepada wisatawan yang ingin berkeliling pantai.

4.5 Pembahasan Atribut-Atribut di Kuadran B Menggunakan *Quality Function Deployment (QFD)*

Berdasarkan hasil dari pengolahan data dari Diagram Kartesius, maka yang dijadikan prioritas utama untuk pengembangan serta perbaikan pelayanan wisata ada pada kuadran B, antara lain sebagai berikut :

- a. Sarana dan prasarana wisata seperti parkir, dan loket
- b. Ketersediaan toilet umum yang ramah lingkungan
- c. Hutan *Mangrove*
- d. *Event Cultur Tourism* seperti atraksi kesenian musik saronen
- e. Ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata
- f. Kelestarian dari flora dan fauna
- g. Kebersihan lokasi wisata
- h. Pengelolaan daya tarik melalui promosi yang dilakukan
- i. Pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama
- j. Tingkat kepuasan wisatawan yang menjadi tujuan utama
- k. Kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan

Quality Function Deployment (QFD) adalah sebuah praktik yang digunakan untuk pengembangan suatu produk industri jasa atau peningkatan pelayanan dengan melibatkan pelanggan di industri jasa. Alat yang digunakan dalam praktik QFD adalah *House of Quality* yang digunakan untuk mengetahui atribut - atribut apa saja yang mempengaruhi tingkat pelayanan produk wisata pantai Talang Siring di Kabupaten Pamekasan.

4.5.1 Matrix What's (*Customer needs*)

Hal pertama yang dilakukan adalah memasukkan atribut-atribut produk pada bagian *what (customer needs)*. Berisi atribut yang menjadi keinginan wisatawan yang didapat pada kuadran B. Atribut-atribut tersebut ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.17 Matrix What's

Dimensi	<i>How/Technical Response</i> <i>Whats Customer Needs</i>
T2	Sarana dan prasarana wisata seperti parkir, dan loket
T3	Ketersediaan toilet umum yang ramah lingkungan
T4	Hutan <i>mangrove</i>
T6	Ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata
T11	<i>Event Cultur Tourism</i> seperti atraksi kesenian music saronen
T15	Penginapan yang memadai seperti hotel/ <i>homestay</i> dengan konsep ramah lingkungan
R1	Kelestarian dari flora dan fauna
R2	Kebersihan lokasi wisata
R5	Pengelolaan daya tarik melalui promosi yang dilakukan
A1	Tingkat kepuasan wisatawan yang menjadi tujuan utama
A2	Pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama
Res1	Kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan

1. Customer Importance

Berisi tentang tingkatan harapan dari atribut yang menjadi keinginan wisatawan (*Customer Need*), nilai ini didapat dari penyebaran kuisioner dengan butir-butir atribut soal yang berada pada *Customer Need* pada pengelolaan produk wisata. Nilai tersebut dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.18 Tabel Customers Importance

Dimensi	<i>How/Technical Response</i> <i>Whats Customer Needs</i>	<i>Customers Importance</i>
T2	Sarana dan prasarana wisata seperti parkir, dan loket	4.2
T3	Ketersediaan toilet umum yang ramah lingkungan	4.4
T4	Hutan <i>mangrove</i>	4.6
T6	Ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata	3.6
T11	<i>Event Cultur Tourism</i> seperti atraksi kesenian musik saronen	4.4
T15	Penginapan yang memadai seperti hotel/ <i>homestay</i> dengan konsep ramah lingkungan	3.6
R1	Kelestarian dari flora dan fauna	4.6
R2	Kebersihan lokasi wisata	4.4
R5	Pengelolaan daya tarik melalui promosi yang dilakukan	4.2
A1	Tingkat kepuasan wisatawan yang menjadi tujuan utama	3.8
A2	Pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama	4
Res1	Kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan	4.4

4.5.2 Matrix How's (Technical Response)

Pada tahapan ini adalah menentukan respons teknis (*Matrix How's*) atau karakter kualitas produk wisata dan pengembangan produk

wisata untuk melanjutkan bagaimana manajemen wisata Pantai Talang Siring memenuhi permintaan pengunjung (wisatawan). Untuk mendapatkan informasi mengenai karakteristik kualitas, diperoleh dengan melakukan *brainstroming* dengan semua pihak yang terlibat dalam peningkatan kualitas pelayanan produk wisata dengan melakukan wawancara dengan pihak manajemen yaitu pemerintah Kabupaten Pamekasan. Untuk memperoleh respon teknis adapun data yang didapat sebagai berikut:

Tabel 4.19 Matrix How's pada Quality Function Deployment (QFD)

No	WHATS/ Customer Needs	HOWS/ Technical Response
1.	Menyediakan lahan untuk parkir	membangun <i>gate</i> untuk loket
2	Membangun beberapa unit kamar mandi umum yang ramah lingkungan	Menyediakan tempat sampah kering dan basah di setiap ruang kamar mandi
3	Konservasi mangrove untuk membantu pemulihan SDA dan dapat menjadi Bank hidup ekosistem pantai	Pengembangan kegiatan ekowisata di wilayah pesisir pantai untuk pelestarian ekosistem pesisir pantai
4	Menyediakan alat transportasi khusus ke lokasi obyek wisata	
5	Mengadakan <i>event culture tourism</i> yang dilakukan secara rutin serta budaya Madura yang dikenal dengan keramah-tamahannya	Mengikuti event nasional dan internasional guna memperkenalkan potensi wisata
6	Mengusulkan dan mendorong pihak-pihak terkait untuk pembangunan penginapan dengan konsep ramah lingkungan	
7	Memberikan bekal edukasi kepada nelayan agar melakukan hal yang benar dalam melakukan aktivitasnya sehingga tidak merusak biota laut	Membangun <i>reef ball</i> terumbu karang buatan
8	Membuat peraturan, pelarangan dan sanksi yang dimuat di media umum sekitar pantai berupa poster	Menyediakan tempat sampah yang lebih strategis ditempat yang padat kunjungan
9	Melakukan kegiatan promosi dari media cetak, membuat web khusus ODTW	Melakukan kerja sama dengan investor
10	Meningkatkan amenities agar wisatawan dapat merasakan kenyamanan dan tinggal lebih lama di DTW	
11	Meningkatkan daya tarik wisata baik berupa alam, masyarakat dan budaya	
12	Mengembangkan SDM dengan menerapkan pendidikan dan aktivitas pendamping kepada masyarakat dan pelaku wisata bahari	Upaya peningkatan kepedulian, wawasan, keterampilan dan kemampuan pengelolaan sumberdaya kelestarian lingkungan

4.5.3 Matrix Why (Planning Matrix)

Pada tahap ini yang perlu dilakukan dalam membangun *House Of Quality* (QFD) adalah *Space Why (Planning Matrix)* yang merupakan *matrix* perencanaan yang digunakan untuk menterjemahkan harapan

wisatawan kedalam rencana-rencana untuk memenuhi atau melampaui persyaratan tersebut. Faktor pembuatan untuk *Matrix Why* adalah data prioritas keinginan wisatawan sebagai konsumen wisata. Data prioritas keinginan konsumen (wisatawan) berguna untuk menyusun matrik perencanaan keinginan konsumen pada *House of Quality*. Data prioritas konsumen ini terdiri dari:

1. *Customer Satisfaction Performance*

Berisi tentang tingkat kepuasan konsumen (wisatawan) untuk setiap atribut *Customer need*. Data ini diambil dari hasil kuisioner pada wisatawan.

Tabel 4.20 Nilai *Customer Satisfaction Performance* (CSP)

<i>WHATS Customer Needs</i>	CSP
Sarana dan prasarana wisata seperti parkir, dan loket	2.17
Ketersediaan toilet umum yang ramah lingkungan	2.12
Hutan <i>mangrove</i>	1.86
Ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata	2.16
<i>Event Cultur Tourism</i> seperti atraksi kesenian music saronen	2.01
Penginapan yang memadai seperti hotel/homestay	2.14
Kelestarian dari flora dan fauna	1.93
Kebersihan lokasi wisata	2.17
Pengelolaan daya tarik melalui promosi yang dilakukan	2.16
Tingkat kepuasan wisatawan yang menjadi tujuan utama	2.12
Pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama	2.17
Kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan	2.01

2. *Data Nilai Goal*

Goal merupakan target yang akan dijadikan tujuan pencapaian tingkat pelayanan yang dianalisis, *goal* tersebut dinyatakan dalam skala numerik sama dengan tingkat kepentingan atribut *Customer Satisfaction Performance*. Hasil dari nilai *goal* ditetapkan oleh manajemen wisata pantai Talang Siring dengan mempertimbangkan nilai harapan wisatawan terhadap kualitas produk wisata dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.21 Nilai *Goal* dalam *Planning Matrix*

Variabel	<i>Goal</i>	Keterangan <i>Perfomance</i>
Sarana dan prasarana wisata seperti parkir, dan loket	4.4	Dinaikan
Ketersediaan toilet umum yang ramah lingkungan	4.6	Dinaikan
Hutan <i>mangrove</i>	4.8	Dinaikan

Variabel	Goal	Keterangan <i>Performance</i>
Ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata	4.4	Dinaikan
<i>Event Cultur Tourism</i> seperti atraksi kesenian musik	4.6	Dinaikan
Penginapan yang memadai seperti hotel/ <i>homestay</i> dengan konsep ramah lingkungan	4.2	Dinaikan
Kelestarian dari flora dan fauna	4.8	Dinaikan
Kebersihan lokasi wisata	4.8	Dinaikan
Pengelolaan daya tarik melalui promosi yang dilakukan	4.4	Dinaikan
Tingkat kepuasan wisatawan yang menjadi tujuan utama	4.2	Dinaikan
Pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama	4.2	Dinaikan
Kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan	4.6	Dinaikan

3. Data Nilai *Improvement Ratio* (IR)

Rasio perkembangan (IR) merupakan nilai pembagian antara nilai *goal* dengan tingkat kepuasan. Nilai ini menunjukkan tingkat kepuasan yang harus dilakukan untuk mencapai target peningkatan kualitas pelayanan dengan mengacu pada tingkat kepuasan.

Semakin tinggi nilai rasio pengembangan menunjukkan semakin membutuhkan usaha yang tinggi untuk mencapai target. Pada langkah ini informasi dapat dijadikan sebagai masukan dalam menentukan bobot atribut:

$$IR = \frac{Goal}{Customer Satisfaction Performance}$$

Customer Satisfaction Performance

Hasil *improvement ratio* dapat dilihat pada tabel 4.22

Tabel 4.22 *Improvement Ratio*

Variabel	IR
Sarana dan prasarana wisata seperti parkir, dan loket	2.03
Ketersediaan toilet umum yang ramah lingkungan	2.17
Hutan <i>mangrove</i>	2.58
Ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata	2.04
<i>Event Cultur Tourism</i> seperti atraksi kesenian music saronen	2.29
Penginapan yang memadai seperti hotel/ <i>homestay</i> dengan konsep ramah lingkungan	1.96
Kelestarian dari flora dan fauna	2.49
Kebersihan lokasi wisata	2.21
Pengelolaan daya tarik melalui promosi yang dilakukan	2.04
Tingkat kepuasan wisatawan yang menjadi tujuan utama	1.98
Pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama	1.94
Kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan	2.29

4. Data Service Point

Berisi informasi kemampuan manajemen/pihak pemerintah dalam peningkatan kualitas pelayanan produk wisatanya didasarkan pada pertimbangan seberapa baik pihak pemerintah dapat memenuhi keinginan konsumen (wisatawan). Nilai yang umum digunakan adalah sebagai berikut:

- 1.0 Titik Pelayanan Rendah
- 1.2 Titik Pelayanan Menengah
- 1.5 Titik Pelayanan Kuat

Data ini penting karena pelayanan yang memiliki karakteristik memenuhi kebutuhan wisatawan tidak terlalu tinggi dalam titik pelayanan.

Data Service Point dapat dilihat pada Tabel 4.23.

Tabel 4.23 Data Service Point

Variabel	Service Point
Sarana dan prasarana wisata seperti parkir, dan loket	1.2
Ketersediaan toilet umum yang ramah lingkungan	1.2
Hutan <i>mangrove</i>	1.5
Ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata	1.2
Mengadakan <i>event culture tourism</i> yang dilakukan secara rutin serta budaya Madura yang dikenal dengan keramah-tamahannya	1.2
Penginapan yang memadai seperti hotel/homestay dengan konsep ramah lingkungan	1.2
Kelestarian dari flora dan fauna	1.5
Kebersihan lokasi wisata	1.5
Pengelolaan daya tarik melalui promosi yang dilakukan	1.2
Tingkat kepuasan wisatawan yang menjadi tujuan utama	1.2
Pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama	1.2
Kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan	1.2

5. Nilai Raw Wight (RW)

Nilai *Raw Weight* berkaitan erat dengan tingkat pemenuhan kepuasan wisatawan, besarnya usaha yang diperlukan untuk mengimplementasikan peningkatan atribut dan nilai potensial pelayanan produk wisata. Semakin besar nilai *Raw Weight*, semakin menjadi perhatian utama pada QFD untuk dikembangkan terlebih dahulu. Nilai *Raw Weight* dihitung dengan cara:

$$RAW \text{ WEIGHT} = \frac{GOAL}{COSTUMER \text{ SATISFICATION} \text{ PERFORMACE}} X (SERVICE \text{ POINT}) \quad (4.2)$$

Hasil perhitungan mengenai *Raw Weight* dapat dilihat pada tabel 4.24.

Tabel 4.24 Data Nilai Raw Weight

Variabel	<i>Service Point</i>	<i>Goal</i>	<i>CSP</i>	<i>Raw Weight</i>
Sarana dan prasarana wisata seperti parkir, dan loket	1.2	4.4	2.17	1.7
Ketersediaan toilet umum yang ramah lingkungan	1.2	4.6	2.12	1.8
Hutan <i>mangrove</i>	1.5	4.8	1.86	1.7
Ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata	1.2	4.4	2.16	1.7
Mengadakan <i>event culture tourism</i> yang dilakukan secara rutin serta budaya Madura yang dikenal dengan keramah-tamahannya	1.2	4.6	2.01	1.9
Penginapan yang memadai seperti hotel/homestay dengan konsep ramah lingkungan	1.2	4.2	2.14	1.6
Kelestarian dari flora dan fauna	1.5	4.8	1.93	1.7
Kebersihan lokasi wisata	1.5	4.8	2.17	1.5
Pengelolaan daya tarik melalui promosi yang dilakukan	1.2	4.4	2.16	1.7
Tingkat kepuasan wisatawan yang menjadi tujuan utama	1.2	4.2	2.12	1.7
Pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama	1.2	4.2	2.17	1.6
Kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan	1.2	4.6	2.01	1.9

6. Data Nilai Normalized Raw Weight

Besarnya nilai *Normalized Raw Weight* didapatkan dari nilai RW, nilai *Normalized Raw Weight* menunjukkan besarnya kontribusi atribut tersebut terhadap pemenuhan semua keinginan wisatawan. Semakin besar nilai *Normalized Raw Weight*, maka semakin besar pula kontribusi atribut dalam memenuhi keinginan wisatawan. *Normalized Raw Weight* dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Normalized Raw Weight} = \frac{\text{Raw Weight}}{\text{Raw Weight Total}} \quad (4.3)$$

Hasil perhitungan mengenai *Normalized Raw Weight* dapat dilihat pada Tabel 4.25.

Tabel 4.25 Data Nilai Normalized Raw Weight

Variabel	<i>Raw Weight</i>	<i>Normalized Raw Weight</i>
Sarana dan prasarana wisata seperti parkir, dan loket	1.7	0.083
Ketersediaan toilet umum yang ramah lingkungan	1.8	0.088
Hutan <i>mangrove</i>	1.7	0.084

Variabel	Raw Weight	Normalized Raw Weight
Ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata	1.7	0.083
Mengadakan <i>event culture tourism</i> yang dilakukan secara rutin serta budaya Madura yang dikenal dengan keramah-tamahannya	1.9	0.093
Penginapan yang memadai seperti hotel/homestay dengan konsep ramah lingkungan	1.6	0.08
Kelestarian dari flora dan fauna	1.7	0.08
Kebersihan lokasi wisata	1.5	0.072
Pengelolaan daya tarik melalui promosi yang dilakukan	1.7	0.083
Tingkat kepuasan wisatawan yang menjadi tujuan utama	1.7	0.080
Pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama	1.6	0.078
Kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan	1.9	0.093

Berikut ini dapat dilihat Tabel 4.26 *Matrix Why (Planing Matrix)* pada *House of Quality (HOQ)*

Tabel 4.26 Matrix Why (Planing Matrix)

Variabel	Goal	Improvement Ratio	Service Point	Raw Weight
Sarana dan prasarana wisata seperti parkir, dan loket	4.4	2.03	1.2	1.7
Ketersediaan toilet umum yang ramah lingkungan	4.6	2.17	1.2	1.8
Hutan <i>mangrove</i>	4.8	2.58	1.5	1.7
Ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata	4.4	2.04	1.2	1.7
Mengadakan <i>event culture tourism</i> yang dilakukan secara rutin serta budaya Madura yang dikenal dengan keramah-tamahannya	4.6	2.29	1.2	1.9
Penginapan yang memadai seperti hotel/homestay dengan konsep ramah lingkungan	4.2	1.96	1.2	1.6
Kelestarian dari flora dan fauna	4.8	2.49	1.5	1.7
Kebersihan lokasi wisata	4.8	2.21	1.5	1.5
Pengelolaan daya tarik melalui promosi yang dilakukan	4.4	2.04	1.2	1.7
Tingkat kepuasan wisatawan yang menjadi tujuan utama	4.2	1.98	1.2	1.7
Pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama	4.2	1.94	1.2	1.6
Kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan	4.6	2.29	1.2	1.9

4.5.4 Relation Matrix (*What's vs How's*)

Matriks hubungan digunakan untuk menjaga hubungan antara harapan wisatawan dan upaya pelayanan produk wisata. Dengan kata lain, matriks sesuai dengan “*WHAT*” vs “*HOW*”. Ini adalah pusat bagian dari *House of Quality* (HoQ) dan harus diselesaikan oleh pihak pemerintah Kabupaten Pamekasan. Besarnya tingkat hubungan ini ditunjukkan dalam simbol visual yang berupa bulat penuh yang menunjukkan hubungan sangat kuat, bulat tidak penuh menunjukkan hubungan sedang, segitiga menunjukkan hubungan lemah dan kosong menunjukkan bahwa *Whats* dan *Hows* tidak terdapat hubungan. Untuk mendapatkan pola ini dilakukan *brainstorming* dengan pihak yang berkompeten.

4.5.5 Technical Correlation (Hubungan Atribut-Atribut di *Matrix How's*)

Langkah selanjutnya dari *House of Quality* adalah mengisi bagian matrik yang terdapat pada bagian atap (*roof*). Matrik ini berguna untuk mencatat langkah dari *Response dari Matrix Whats/Atribut-attribut Matrix How's*.

Pada bagian ini menunjukkan interaksi antara karakteristik teknis/respon teknis (*Hows*). Masing-masing karakteristik teknis dibandingkan satu sama lain. Bentuk korelasi teknis merupakan *matrix* yang menyerupai atap rumah. Bagian ini menyatakan korelasi antara persyaratan teknis yang satu dengan persyaratan-persyaratan lainnya.

Tujuan dalam tahap ini adalah mengidentifikasi hubungan kualitatif antara karakteristik item karena terkadang solusi yang ada terlalu berlebihan dan mungkin juga tidak menambah nilai terhadap apa yang diharapkan konsumen, juga kadang kala tujuannya saling bersilangan satu dengan yang lain.

Karakteristik teknis yang memiliki korelasi positif dan kuat mengandung arti bahwa diantara karakteristik teknis yang satu dengan yang lainnya berkaitan erat dan saling menunjang dan begitu juga sebaliknya. untuk mendapatkan pola hubungan ini dilakukan dengan cara *brainstorming* dengan pihak yang berkompeten dalam hal ini adalah

kepala bidang bagian pariwisata Dinas Pekan Olahraga Kesenian dan Budaya Kabupaten Pamekasan.

4.5.6 *Technical Matrix (Customer Requirement Priorities)*

Selanjutnya Matrik teknis yang telah disusun juga perlu diolah untuk melihat respon teknis apa yang diutamakan (prioritas) oleh wisata Pantai Talang Siring. Ini adalah bagian akhir dari *House of Quality* (HOQ), matriks akan selesai dan merangkum kesimpulan yang diambil dari data yang terdapat dalam seluruh matriks dan diskusi tim.

1. *Priority*

Selanjutnya *Matrixs* Teknis yang telah disusun juga diolah untuk melihat *Technical Response* apa yang diutamakan (prioritas) oleh pihak pemerintah. Untuk mendapatkan, *Technical Response* dan rangkaiannya dapat dilihat pada lampiran.

2. *Own Performance*

Besarnya usaha yang dilakukan oleh manajemen untuk memuaskan wisatawan melalui upaya-upaya yang ada (respon teknis). Hasil *Own Performance* dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.27 Nilai *Own Performance*

<i>Atribut</i>	<i>Priority</i>	<i>Own Performance</i>
Menyediakan lahan untuk parkir	4.8	21
membangun <i>gate</i> untuk loket	0.9	10
Membangun beberapa unit kamar mandi umum yang ramah lingkungan	4.3	18
Menyediakan tempat sampah kering dan basah di setiap ruang kamar mandi	5.7	22
Konservasi mangrove untuk membantu pemulihan SDA dan dapat menjadi Bank hidup ekosistem pantai	7.2	28
Pengembangan kegiatan ekowisata diwilayah pesisir pantai untuk pelestarian ekosistem pesisir pantai	4.9	20
Menyediakan alat transportasi khusus ke lokasi obyek wisata	4.6	21
Mengadakan <i>event culture tourism</i> yang dilakukan secara rutin serta budaya Madura yang dikenal dengan keramah-tamahannya	7.1	30
Mengikuti event nasional dan internasional guna memperkenalkan potensi wisata	6.8	29
Mengusulkan dan mendorong pihak-pihak terkait untuk membangun penginapan dengan konsep ramah lingkungan	3.4	16

<i>Atribut</i>	<i>Priority</i>	<i>Own Performance</i>
Memberikan bekal edukasi kepada nelayan agar melakukan hal yang benar dalam melakukan aktivitasnya sehingga tidak merusak biota laut	6.8	35
Membangun <i>reef ball</i> terumbu karang buatan	5.5	22
Membuat peraturan, pelarangan dan sanksi yang dimuat dimedia umum sekitar pantai berupa poster	4.7	22
Menyediakan tempat sampah yang lebih strategi ditempat yang padat kunjungan	5.4	22
Melakukan kegiatan promosi dari media cetak, membuat web khusus ODTW	5.8	24
Melakukan kerja sama dengan investor	4.9	22
Meningkatkan amenities agar wisatawan dapat merasakan kenyamanan dan tinggal lebih lama di DTW	3.5	15
Meningkatkan daya tarik wisata baik berupa alam, masyarakat dan budaya	4.3	16
Mengembangkan SDM dengan menerapkan pendidikan dan aktivitas pendamping kepada masyarakat dan pelaku wisata bahari	4.3	17
Upaya peningkatan kepedulian, wawasan, keterampilan dan kemampuan pengelolaan sumberdaya kelestarian lingkungan	5.2	20

3. Target

Target *Technical Response* merupakan target yang ingin dicapai oleh manajemen wisata pantai Talang Siring, target ini ditetapkan oleh pihak manajemen dengan mempertimbangkan nilai *Own performance* dan nilai *Priorities*.

Tabel 4.28 Target dari Atribut Matrix How's

<i>Atribut</i>	<i>Target</i>	<i>Priority</i>	<i>Own Performance</i>
Menyediakan lahan untuk parkir	4	4.8	21
membangun <i>gate</i> untuk loket	3	0.9	10
Membangun beberapa unit kamar mandi umum yang ramah lingkungan	4	4.3	18
Menyediakan tempat sampah kering dan basah di setiap ruang kamar mandi	4	5.7	22
Konservasi mangrove untuk membantu pemulihan SDA dan dapat menjadi Bank hidup ekosistem pantai	5	7.2	28
Pengembangan kegiatan ekowisata di wilayah pesisir pantai untuk pelestarian ekosistem pesisir pantai	5	4.9	20
Menyediakan alat transportasi khusus ke lokasi obyek wisata	4	4.6	21
Mengadakan <i>event culture tourism</i> yang dilakukan secara rutin serta budaya Madura yang dikenal dengan keramah-tamahannya	5	7.1	30
Mengikuti event nasional dan internasional guna memperkenalkan potensi wisata	4	6.8	29

Atribut	Target	Priority	Own Performance
Mengusulkan dan mendorong pihak-pihak terkait untuk membangun penginapan dengan konsep ramah lingkungan	4	3.4	16
Memberikan bekal edukasi kepada nelayan agar melakukan hal yang benar dalam melakukan aktivitasnya sehingga tidak merusak biota laut	4	6.8	35
Membangun <i>reef ball</i> terumbu karang buatan	4	5.5	22
Membuat peraturan, pelarangan dan sanksi yang dimuat dimedia umum sekitar pantai berupa poster	4	4.7	22
Menyediakan tempat sampah yang lebih strategi ditempat yang padat kunjungan	3	5.4	22
Melakukan kegiatan promosi dari media cetak, membuat web khusus ODTW	4	5.8	24
Melakukan kerja sama dengan investor	3	4.9	22
Meningkatkan amenities agar wisatawan dapat merasakan kenyamanan dan tinggal lebih lama di DTW	5	3.5	15
Meningkatkan daya tarik wisata baik berupa alam, masyarakat dan budaya	5	4.3	16
Mengembangkan SDM dengan menerapkan pendidikan dan aktivitas pendamping kepada masyarakat dan pelaku wisata bahari	4	4.3	17
Upaya peningkatan kepedulian, wawasan, keterampilan dan kemampuan pengelolaan sumberdaya kelestarian lingkungan	4	5.2	20

4.6 *Analisa Quality Function Deployment (QFD)*

Proses analisa HOQ pada *QFD* dibagi menjadi beberapa tahap yaitu analisa planning *Matrix* dan Respon Teknis.

4.6.1 *Analisa Matrix Why's (Planning Matrix)*

Dari data *Importance to Customer* menunjukan prioritas *customers need* yang ditentukan oleh pihak pemerintah Kabupaten Pamekasan. Kepentingan tertinggi berada pada hutan *mangrove* dan kelestarian lingkungan. Pihak pemerintah Kabupaten Pamekasan bagian fisik Bappeda Kabupaten Pamekasan menilai bahwa variabel-variabel ini bisa selaras apabila dilakukan secara bersama dan pemerintah Kabupaten Pamekasan ingin menjadikan hutan *mangrove* pantai Talang Siring menjadi ekowisata. Sehingga pada nantinya akan meningkatkan jumlah wisatawan yang dari tahun ke tahun mengalami penurunan jumlah wisatawan serta mampu menjadi simbiosis mutualisme terhadap

perekonomian daerah, hanya saja pelaksanaan belum terealisasi secara maksimal, sehingga kepuasan wisatawan terhadap produk wisata pantai Talang Siring belum tercapai.

Tingkat kepuasan wisatawan dapat dilihat dari hasil rata-rata nilai variabel yang rata-rata kinerjanya masih dibawah harapan, ini menunjukkan bahwa apa yang menjadi harapan wisatawan terhadap produk wisata masih belum terpenuhi sehingga pihak pemerintah Kabupaten Pamekasan harus melakukan peningkatan kualitas pelayanan, diperlukan perbaikan dan pembangunan produk-produk wisata yang masih belum terlaksana.

Customer Satisfaction Performance, berisi tentang tingkat kepuasan wisatawan terhadap produk wisata. Menurut wisatawan yang dirasa paling memuaskan dari variabel yang ada yaitu pada pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama, kebersihan lokasi wisata, sarana dan prasarana wisata seperti parkir dan loket. Variabel tersebut kinerjanya bagus dibanding dengan variabel-variabel yang lain. Hal tersebut diperoleh dari hasil nilai *CSP* pada Tabel 4.18. Semakin besar nilai *Customer Satisfaction Performance* semakin tinggi tingkat kinerja produk wisata.

Penetapan *goal* dilakukan dengan memperhatikan tingkat kepuasan wisatawan dan tingkat kepentingan yang diberikan oleh pihak pemerintah Kabupaten Pamekasan yang menetapkan variabel *hutan mangrove*, kelestarian flora dan fauna yang memiliki nilai *Goal* tertinggi. Karena mempertimbangkan nilai *CSP*, tingkat kepentingan masing-masing variabel dan kemampuan pihak pemerintah untuk memenuhi nilai *goal*.

Improvement Ratio menunjukkan perbandingan antara nilai *goal* dengan tingkat kepuasan wisatawan. Nilai rasio paling tinggi dialami oleh *hutan mangrove*, sehingga perlu usaha yang kuat dari pihak pemerintah Kabupaten untuk mencapainya.

Nilai Service Point yang berisi tentang kemampuan atribut-atribut tersebut berdasarkan persepsi pemerintah kabupaten Pamekasan dan berada pada kisaran 1-2. Apabila kepuasan wisatawan untuk atribut ini

dapat dipenuhi, nilai kepuasan harapan mengalami peningkatan yang tinggi. Semakin besar nilai *service point*, tingkat kepuasan akan semakin meningkat apabila atribut tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan wisatawan.

Raw Wight menunjukkan bahwa atribut variabel yaitu *event culture tourism*, seperti atraksi kesenian musik saronen dan kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan (1.9). Besaran ini menunjukkan variabel mana yang harus dikembangkan terlebih dahulu.

Normalized Raw Wight, berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai tertinggi ada pada variabel *event culture tourism* seperti atraksi kesenian musik saronen dan kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan (0.093). Nilai tersebut menunjukkan besaran kontribusi variabel terhadap pemenuhan semua harapan wisatawan. Semakin besar nilai *Normalized Raw Wight*, maka semakin besar pula kontribusi variabel dalam memenuhi harapan dan kebutuhan wisatawan.

Berdasarkan data HOQ pada lampiran 6 dapat disimpulkan bahwa atribut yang menjadi harapan wisatawan yang diutamakan terlebih dahulu yaitu: (1) hutan *mangrove*, (2) kelestarian flora dan fauna, (3) kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kelestarian lingkungan, (4) Mengadakan *event culture tourism* yang dilakukan secara rutin serta budaya Madura yang dikenal dengan keramah-tamahannya, (5) kebersihan lokasi wisata, (6) ketersediaan toilet yang ramah lingkungan, (7) pengelolaan daya tarik wisata, (8) tingkat kepuasan wisatawan yang menjadi tujuan wisata, (9) sarana dan prasarana wisata seperti parkir dan loket, (10) pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama, (11) penginapan yang memadai seperti hotel/*homestay* dengan konsep ramah lingkungan, dan (12) ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata.

4.6.2 Analisa Matrix Technical Correlation

Tidak semua atribut merespon/menjawab *customer needs* yang diberikan pihak manajemen saling bersinergi jika dilakukan. Dari hasil HOQ yang bersinergi dan bisa dikerjakan secara bersamaan ditandai dengan tanda (+) sedangkan tanda (-) *Compromise*. Untuk mengetahui

lebih detail variabel-variabel apa saja yang bersinergi dan *compromise* dapat dilihat pada Lampiran 6.

4.6.3 Analisa *Relationship Matrix*

Matrix ini berisi besaran hubungan antara *customer needs* dengan atribut *matrix How's* yang diwujudkan dengan tiga skala (*Strong, Moderate, dan Weak*). Skala *Strong* paling banyak yaitu kelestarian flora dan fauna, kemudian skala *Moderate* paling banyak yaitu pengelolaan daya tarik wisata melalui promosi wisata dan pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan wisata, dan skala *Weak* paling banyak yaitu pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama wisatawan.

4.6.4 Analisa *Technical Respon* (Respon Teknis)

Ada 20 respon teknis yang dibuat dari menanggapi atribut yang ada di *Matrix What's*. Berdasarkan data *HOQ* pada Lampiran 6, dapat disimpulkan bahwa Respon teknis/upaya yang harus diprioritaskan berdasarkan tingkat kepentingannya adalah:

1. Konservasi mangrove untuk membantu pemulihan SDA dan dapat menjadi Bank hidup ekosistem pantai.
2. Mengadakan *event culture tourism* yang dilakukan secara rutin serta budaya Madura yang dikenal dengan keramah-tamahannya.
3. Memberikan bekal edukasi kepada nelayan agar melakukan hal yang benar dalam melakukan aktivitasnya sehingga tidak merusak biota laut.
4. Mengikuti event nasional dan internasional guna memperkenalkan potensi wisata.
5. Melakukan kegiatan promosi dari media cetak, membuat web khusus ODTW.
6. Menyediakan tempat sampah kering dan basah di setiap ruang kamar mandi.
7. Membangun *reef ball* terumbu karang buatan.
8. Menyediakan tempat sampah yang lebih strategi ditempat yang padat kunjungan.

9. Upaya peningkatan kepedulian, wawasan, keterampilan dan kemampuan pengelolaan sumberdaya kelestarian lingkungan.
10. Pengembangan kegiatan ekowisata diwilayah pesisir pantai untuk pelestarian ekosistem pesisir pantai.
11. Melakukan kerja sama dengan investor.
12. Menyediakan lahan untuk parkir.
13. Membuat peraturan, pelarangan dan sanksi yang dimuat dimedia umum sekitar pantai berupa poster.
14. Menyediakan alat transportasi khusus ke lokasi obyek wisata.
15. Mengembangkan SDM dengan menerapkan pendidikan dan aktivitas pendamping kepada masyarakat dan pelaku wisata bahari.
16. Meningkatkan daya tarik wisata baik berupa alam, masyarakat dan budaya.
17. Membangun beberapa unit kamar mandi umum yang ramah lingkungan.
18. Meningkatkan amenities agar wisatawan dapat merasakan kenyamanan dan tinggal lebih lama di DTW.
19. Mengusulkan dan mendorong pihak-pihak terkait untuk membangun penginapan dengan konsep ramah lingkungan.
20. membangun *gate* untuk loket.

Hasil di atas dipengaruhi oleh hubungan *Matrix How's*, karena hubungan atribut yang berada dalam *Matrix How's* memiliki hubungan saling menunjang atau tidak berkaitan dalam mengatasi keinginan wisatawan yang berada dalam *Matrix What's*. Dari penjelasan Tabel 2.8 ada 5 dimensi atribut yang memerlukan usaha yang besar dalam mempengaruhi atribut yang ada di *Matrix What's*.

Target merupakan tujuan untuk mencapai sasaran pada *Technical response*. Berdasarkan Lampiran 6 pihak pemerintah Kabupaten Pamekasan menargetkan 5 atribut yang optimal yaitu: (1) Konservasi mangrove untuk membantu pemulihan SDA dan dapat menjadi Bank hidup ekosistem pantai, (2) Pengembangan ekowisata di wilayah pesisir pantai untuk pelestarian ekosistem pesisir pantai, (3) Mengadakan *event*

culture tourism yang dilakukan secara rutin serta budaya Madura yang dikenal dengan keramah-tamahannya, (4) Meningkatkan amenitis agar wisatawan dapat merasakan nyaman dan dapat tinggal lebih lama, dan (5) Meningkatkan daya tarik wisata berupa alam, masyarakat dan budaya.

Dari pembuatan *HOQ* dan analisis-analisis QFD di atas, kebutuhan wisatan pantai Talang Siring yang paling utama adalah:

1. Hutan *Mangrove*, contohnya dengan adanya ekowisata di Kabupaten Pamekasan para masyarakat bisa menikmati daya tarik wisata daerahnya sendiri dan dapat melestarikan lingkungan pantai.
2. *Event Culture Tourism* seperti kesenian musik Saronen dan budaya masyarakat Madura yang terkenal dengan keramah-tamahannya.
3. Kelestarian flora dan fauna.
4. Pengelolaan daya tarik wisata melalui promosi wisata.

Kemudian upaya yang harus didahulukan pihak pemerintah Kabupaten Pamekasan yaitu:

1. Konservasi *mangrove* untuk membantu pemulihan SDA dan dapat menjadi bank hidup ekosistem pantai.
2. Mengadakan *event culture tourism* yang dilakukan secara rutin serta budaya Madura yang dikenal dengan keramah-tamahannya.
3. Memberikan bekal edukasi kepada nelayan agar melakukan hal yang benar dalam melakukan aktivitasnya sehingga tidak merusak biota laut.
4. Mengikuti event nasional dan internasional guna memperkenalkan potensi wisata.
5. Melakukan kegiatan promosi dari media cetak, membuat web khusus ODTW.

4.7 Pembahasan

Berdasarkan data-data pengambilan data yang sebenarnya pada Tabel (4.16) yang memiliki *GAP* paling besar dan *GAP* paling rendah adalah:

1. Ketersediaan Restoran *Seafood* dengan kesesuaian (61.06%).
2. Hutan *Mangrove* dengan kesesuaian (42.23%).

Hasil yang didapat dari olah data menggunakan Diagram Kartesius dalam *Servqual* menghasilkan beberapa atribut yang masuk dalam Kuadran B antara lain yaitu:

1. Sarana dan prasarana wisata seperti parkir, dan loket.
2. Ketersediaan toilet umum yang ramah lingkungan.
3. Hutan *Mangrove*.
4. *Event Cultur Tourism* seperti atraksi kesenian musik saronen.
5. Ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata.
6. Kelestarian dari flora dan fauna.
7. Kebersihan lokasi wisata.
8. Pengelolaan daya tarik melalui promosi yang dilakukan.
9. Pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama.
10. Tingkat kepuasan wisatawan yang menjadi tujuan utama.
11. Kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan.

Dan hasil olah data *QFD dengan metode HOQ*, yang dapat dilaksanakan oleh pihak pemerintah Kabupaten Pamekasan yaitu:

1. Konservasi mangrove untuk membantu pemulihan SDA dan dapat menjadi Bank hidup ekosistem pantai.
2. Mengadakan *event culture tourism* yang dilakukan secara rutin serta budaya Madura yang dikenal dengan keramah-tamahannya
3. Memberikan bekal edukasi kepada nelayan agar melakukan hal yang benar dalam melakukan aktivitasnya sehingga tidak merusak biota laut.
4. Mengikuti event nasional dan internasional guna memperkenalkan potensi wisata.
5. Melakukan kegiatan promosi dari media cetak, membuat web khusus ODTW.

Kelima upaya ini kemungkinan besar dapat dilaksanakan oleh pihak pemerintah Kabupaten Pamekasan, sehingga harapan wisatawan dapat terpenuhi. Diharapkan jumlah wisatawan dari tahun-tahun ke tahun mengalami peningkatan. Data atribut 5 dimensi yang telah di olah *QFD*

dengan metode *HOQ* di atas menghasilkan upaya-upaya yang harusnya dilakukan oleh pihak manajemen Kabupaten Pamekasan dalam peningkatan kualitas pelayanan agar harapan wisatawan dapat terpenuhi sehingga jumlah wisatawan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Berikut upaya-upaya pihak pemerintah Kabupaten Pamekasan dalam peningkatan kualitas pelayanan industri wisata pantai Talang Siring:

1. Konservasi *mangrove* untuk membantu pemulihan SDA dan dapat menjadi bank hidup ekosistem pantai. Adanya konservasi *mangrove* dapat memberi manfaat ekologi, manfaat ekonomi, manfaat fisik, manfaat biologi dan manfaat sosial dalam kehidupan masyarakat pesisir. Adanya hutan bakau memiliki nilai estetika, baik dari faktor alamnya maupun kehidupan yang ada didalamnya. Karakteristik hutan bakau yang berada diperalihan antara darat dan laut memiliki keunikan antara lain para wisatawan dapat memperoleh pelajaran tentang lingkungan langsung dari alam.
2. Mengadakan *event culture tourism* yang dilakukan secara rutin. Kegiatan budaya yang dimiliki oleh masyarakat Madura khususnya Kabupaten Pamekasan. Adanya kesenian musik Saronen yang menjadi kesenian khusus masyarakat Pantai Talang Siring menjadi daya tarik khusus yang tidak dimiliki oleh daerah lain. Masyarakat pantai Talang Siring tidak hanya memiliki *tangible asset* saja dari segi *intangible asset* yang dimiliki seperti budaya masyarakat Madura lebih dikenal dengan keramah-tamahannya. Keramah-tamahan yang dimiliki oleh karakteristik budaya masyarakat Madura dapat memberikan nilai lebih bagi wisatawan. Apabila wisatawan mendapatkan pelayanan dengan baik maka wisatawan yang berkunjung ke lokasi wisata akan betah dan dapat merasakan kepuasan dari pelayanan objek wisata pantai Talang Siring.
3. Memberikan bekal edukasi kepada nelayan, agar melakukan hal yang benar dalam melakukan aktivitasnya sehingga tidak merusak biota laut. Adanya pembekalan yang dilakukan, kedepannya akan

menyadarkan para nelayan nakal dalam menjaga kelestarian flora dan fauna. Sehingga biota laut yang telah mati akan lestari lagi.

4. Mengikuti event nasional dan internasional guna memperkenalkan potensi wisata. Kesenian Madura cukup dikenal di kalangan masyarakat luas contohnya seperti kerapan sapi dan tak kalah menariknya apabila kesenian khas masyarakat Pantai Talang Siring juga mengikuti event nasional, Sehingga meningkatkan daya tarik akan meningkat dan dikenal oleh masyarakat luas.
5. Melakukan kegiatan promosi dari media cetak, membuat web khusus ODTW. Promosi merupakan kunci dari keberhasilan dari suatu produk wisata, nantinya apabila promosi telah dilakukan sebagaimana mestinya dengan usaha yang maksimal tentunya masyarakat luas akan mengetahui bahwa Kabupaten Pamekasan memiliki daya tarik wisata yang bagus.

Dari upaya-upaya dalam peningkatan kualitas pelayanan di atas guna mendorong kepedulian masyarakat sekitar Pantai Talang Siring akan makna dan arti penting wisata bahari sebagai bagian peningkatan sosial, ekonomi, masyarakat yang dihasilkan dari pertumbuhan, perkembangan kedatangan wisatawan dan usaha wisatawan. Hal ini tak terkecuali dari peranan pihak pemerintah Kabupaten Pamekasan dalam mengimplementasikan peningkatan kualitas pelayanan pantai Talang Siring secara optimal seperti yang telah dilakukan oleh Pemkab Lamongan dalam mengembangkan wisata bahari Lamongan yang telah dilakukan penelitian oleh Risdawati (2013). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembangunan WBL merger antara PT. Bunga Wangsa Sejati selaku pihak swasta dengan pemerintah Kabupaten Lamongan dan pengelolaannya dilakukan oleh PT. Bumi Lamongan Sejati dimana pembangunan WBL mempunyai dampak positif dalam bidang ekonomi, sosial, budaya, pertanian dan keamanan terutama bagi lingkungan sekitar dan memiliki dampak positif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat daerah.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Data atribut 5 dimensi yang telah di olah menggunakan *Quality Function Deployment* dengan *metode House of Quality*, diperoleh upaya-upaya-upaya yang harus dilakukan dalam peningkatan kualitas pelayanan objek wisata pantai Talang Siring yang dilakukan oleh pihak manajemen Kabupaten Pamekasan Siring antara lain yaitu:

1. Konservasi mangrove dapat membantu pemulihan Sumber Daya Alam dan dapat menjadi bank hidup ekosistem pantai.
2. Mengadakan *event culture tourism* yang dilakukan secara rutin serta budaya Madura yang dikenal dengan keramah-tamahannya
3. Memberikan bekal edukasi kepada nelayan agar melakukan hal yang benar dalam melakukan aktivitasnya sehingga tidak merusak biota laut.
4. Mengikuti event nasional dan internasional guna memperkenalkan potensi wisata.
5. Melakukan kegiatan promosi dari media cetak, membuat web khusus ODTW.

5.2 Saran

Dari hasil kesimpulan tersebut maka saran yang peneliti usulkan yaitu upaya-upaya strategi pemasaran yang telah dihasilkan nantinya akan dilakukan pemanfaatan secara optimal terhadap potensi wisata pantai dan tidak berarti melupakan beberapa faktor penting bagi nilai pengembangan kawasan wisata bahari yang berkelanjutan.

“halaman ini sengaja dikosongkan”

**KUISIONER TINGKAT HARAPAN
OBJEK WISATA PANTAI TALANG SIRING
DIKABUPATEN PAMEKASAN**

A. Latar Belakang

Dengan hormat,

Kuisisioner ini bertujuan untuk mengetahui tingkat harapan variabel dalam peningkatan kualitas pelayanan objek wisata pantai Talang Siring :

Dengan ini peneliti mengharap kesediaan bapak/ibu memberikan data dan informasi yang dibutuhkan. Terima kasih atas kesediaan anda.

B. Identitas Responden

1. Nama :

2. Umur :

3. Asal :

C. Kuisisioner

1. Berikan nilai anda terhadap atribut wisata di bawah ini dengan nilai 1-5

No.	Skala Likert	Bobot
1.	Sangat Tidak Mengharapkan	1
2.	Tidak Mengharapkan	2
3.	Netral	3
4.	Mengharapkan	4
5.	Sangat Mengharapkan	5

No	Atribut-Atribut Yang Dinilai	Skala Tingkat Harapan				
		1	2	3	4	5
1.	Ketersediaan penerangan jalan	1	2	3	4	5
2.	Sarana dan prasarana wisata seperti parkir, dan loket	1	2	3	4	5
3.	Ketersediaan toilet umum yang ramah lingkungan	1	2	3	4	5
4.	Hutan <i>mangrove</i>	1	2	3	4	5
5.	<i>Fishing</i>	1	2	3	4	5
6.	Ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata	1	2	3	4	5
7.	Ketersediaan ATM Bank	1	2	3	4	5
8.	<i>Culture heritage</i> sebagai aset wisata	1	2	3	4	5
9.	Persewaan <i>Canoeing</i> kepada wisatawan yang ingin berkeliling pantai.	1	2	3	4	5
10.	Ketersediaan restoran <i>seafood</i>	1	2	3	4	5
11.	<i>Event Cultur Tourism</i> seperti atraksi kesenian music saronen	1	2	3	4	5
12.	Ketersediaan air bersih	1	2	3	4	5
13.	Ketersediaan toko souvenir yang menjual jajanan dan hasil home industry penduduk sekitar wisata	1	2	3	4	5
14.	Ketersediaan <i>playground</i>	1	2	3	4	5
15.	Penginapan yang memadai seperti hotel/homestay dengan konsep ramah lingkungan	1	2	3	4	5
16	Kelestarian dari flora dan fauna	1	2	3	4	5
17	Kebersihan lokasi wisata	1	2	3	4	5
18	Keindahan alam dan pantai	1	2	3	4	5
19	Keikutsertaan masyarakat sekitar kawasan obyek wisata alam, dapat berbentuk usaha dagang atau pelayanan jasa	1	2	3	4	5
20	Pengelolaan daya tarik melalui promosi yang dilakukan	1	2	3	4	5
21	Tingkat kepuasan wisatawan yang menjadi tujuan utama	1	2	3	4	5
22	Pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama	1	2	3	4	5
23	<i>Tourist information center</i>	1	2	3	4	5
24	Kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan	1	2	3	4	5
25	Keamanan	1	2	3	4	5
26	Jasa pemandu atau penunjuk jalan	1	2	3	4	5
27	Partisipasi masyarakat dalam melayani wisatawan	1	2	3	4	5
28	Sikap atau pelayanan masyarakat yang ramah kepada wisatawan	1	2	3	4	5

Peneliti

Alifiana Hafidian R - 9113201407

Magister Manajemen Teknik – Manajemen Industri

Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya

**KUISIONER TINGKAT KINERJA
OBJEK WISATA PANTAI TALANG SIRING
DI KABUPATEN PAMEKASAN**

A. Latar Belakang

Dengan hormat,

Kuisisioner ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kualitas produk wisata dari variabel /atribut penelitian dalam peningkatan kualitas pelayanan objek wisata pantai Talang Siring :

Dengan ini peneliti mengharap kesediaan bapak/ibu memberikan data dan informasi yang dibutuhkan. Terima kasih atas kesediaan anda.

B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Umur :
3. Asal :

C. Kuisisioner

1. Berikan nilai anda terhadap atribut wisata di bawah ini dengan nilai 1-5

No.	Skala Likert	Bobot
1.	Sangat Tidak Memuaskan	1
2.	Tidak Memuaskan	2
3.	Cukup Memuaskan	3
4.	Memuaskan	4
5.	Sangat Memuaskan	5

No	Atribut-Atribut Yang Dinilai	Skala Tingkat Kinerja				
		1	2	3	4	5
1.	Ketersediaan penerangan jalan	1	2	3	4	5
2.	Sarana dan prasarana wisata seperti parkir, dan loket	1	2	3	4	5
3.	Ketersediaan toilet umum yang ramah lingkungan	1	2	3	4	5
4.	Hutan <i>mangrove</i>	1	2	3	4	5
5.	<i>Fishing</i>	1	2	3	4	5
6.	Ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata	1	2	3	4	5
7.	Ketersediaan ATM Bank	1	2	3	4	5
8.	<i>Culture heritage</i> sebagai aset wisata	1	2	3	4	5
9.	Persewaan <i>Canoeing</i> kepada wisatawan yang ingin berkeliling pantai.	1	2	3	4	5
10.	Ketersediaan restoran <i>seafood</i>	1	2	3	4	5
11.	<i>Event Cultur Tourism</i> seperti atraksi kesenian music saronen	1	2	3	4	5
12.	Ketersediaan air bersih	1	2	3	4	5
13.	Ketersediaan toko souvenir yang menjual jajanan dan hasil home industry penduduk sekitar wisata	1	2	3	4	5
14.	Ketersediaan <i>playground</i>	1	2	3	4	5
15.	Penginapan yang memadai seperti hotel/homestay dengan konsep ramah lingkungan	1	2	3	4	5
16.	Kelestarian dari flora dan fauna	1	2	3	4	5
17.	Kebersihan lokasi wisata	1	2	3	4	5
18.	Keindahan alam dan pantai	1	2	3	4	5
19.	Keikutsertaan masyarakat sekitar kawasan obyek wisata alam, dapat berbentuk usaha dagang atau pelayanan jasa	1	2	3	4	5
20.	Pengelolaan daya tarik melalui promosi yang dilakukan	1	2	3	4	5
21.	Tingkat kepuasan wisatawan yang menjadi tujuan utama	1	2	3	4	5
22.	Pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama	1	2	3	4	5
23.	<i>Tourist information center</i>	1	2	3	4	5
24.	Kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan	1	2	3	4	5
25.	Keamanan	1	2	3	4	5
26.	Jasa pemandu atau penunjuk jalan	1	2	3	4	5
27.	Partisipasi masyarakat dalam melayani wisatawan	1	2	3	4	5
28.	Sikap atau pelayanan masyarakat yang ramah kepada wisatawan	1	2	3	4	5

Peneliti

Alifiana Hafidian R - 9113201407

Magister Manajemen Teknik – Manajemen Industri

Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya

Lampiran 2.B. Tabulasi hasil Ujicoba Kuesioner Kepuasan

TABULASI DATA TINGKAT KEPUASAN WISATA TALANG SIRING

No	Responden	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	T15	R1	R2	R3	R4	R5	A1	A2	A3	RES1	RES2	RES3	E1	E2	TOTAL	
1	1	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	1	2	3	1	78	
2	2	2	5	3	2	2	1	3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	5	2	1	65	
3	3	1	2	3	3	1	1	3	2	1	1	1	1	1	3	2	2	3	3	1	1	3	2	4	2	1	3	3	2	56	
4	4	3	2	2	1	3	3	3	3	3	1	2	1	3	2	3	3	2	3	1	3	4	2	4	3	4	3	3	2	72	
5	5	2	4	3	2	2	4	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	3	2	2	60	
6	6	3	4	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	1	3	2	2	3	3	2	3	3	3	69	
7	7	2	5	3	2	2	5	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	67	
8	8	3	3	3	2	2	5	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	1	3	2	2	3	2	2	1	1	2	2	66	
9	9	1	2	2	2	1	2	3	3	1	2	2	1	1	3	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1	1	3	2	1	47	
10	10	3	2	2	1	3	3	1	1	3	2	1	1	3	4	1	3	3	1	1	3	1	1	3	3	1	3	3	2	59	
11	11	2	3	3	2	2	4	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	4	2	3	3	2	2	3	4	2	1	72	
12	12	3	3	2	2	3	3	2	3	3	4	2	1	3	3	1	3	1	2	1	3	2	1	2	3	1	2	3	1	63	
13	13	2	3	3	1	3	3	1	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	3	4	3	1	3	3	2	70	
14	14	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	1	3	2	2	3	2	3	4	3	3	2	2	3	3	2	3	2	69	
15	15	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	82	
16	16	2	1	2	1	3	1	1	2	2	1	1	3	2	1	3	2	3	1	4	2	1	3	3	2	1	1	2	1	52	
17	17	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	67	
18	18	1	2	2	2	2	2	5	3	1	2	2	2	1	2	2	1	2	5	2	1	5	2	1	1	5	2	1	2	61	
19	19	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	4	2	2	1	2	2	2	2	2	2	53	
20	20	3	3	1	3	3	3	3	1	3	3	1	1	3	3	1	3	1	3	1	3	3	1	3	3	3	3	3	3	2	67
21	21	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	1	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	69	
22	22	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	1	2	2	3	2	2	2	2	4	2	2	2	3	2	2	3	2	1	64	
23	23	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	42	
24	24	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	4	3	2	2	3	3	2	2	3	2	67	
25	25	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	5	2	2	5	2	3	2	5	2	2	5	2	2	2	2	2	2	71	
26	26	1	1	4	2	2	1	2	3	1	1	2	4	1	1	4	1	4	2	4	1	2	4	1	1	1	2	1	1	55	
27	27	3	1	3	2	3	1	2	3	3	1	2	2	3	1	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	1	3	1	61	
28	28	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	4	2	1	2	2	2	1	2	2	2	51	
29	29	1	3	3	4	2	3	5	4	1	3	2	2	1	3	3	1	3	5	4	1	5	3	2	1	5	3	1	3	77	
30	30	4	1	1	2	1	1	2	1	4	1	2	1	4	1	1	4	1	2	1	4	2	1	5	4	2	1	4	1	59	
31	31	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	4	2	3	2	2	2	2	3	3	2	68	
32	32	2	1	1	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	1	3	2	3	2	4	2	2	3	3	2	2	1	2	1	56	
33	33	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	5	2	3	5	2	3	3	4	2	3	5	2	2	3	3	2	3	82	
34	34	2	1	5	2	2	1	2	3	2	1	2	5	2	1	5	2	5	2	4	2	2	5	2	2	2	1	2	1	68	
35	35	1	2	5	1	1	2	1	2	1	3	1	5	1	2	5	1	3	1	4	1	1	5	1	1	1	1	2	1	2	57
36	36	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	75	
37	37	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	4	2	3	2	2	2	3	3	2	3	70	
38	38	3	3	4	1	3	3	1	1	3	3	3	4	3	3	4	3	4	1	2	3	1	4	3	3	1	3	3	3	76	
39	39	2	3	1	2	2	3	2	1	2	3	3	1	3	3	1	2	3	2	1	2	2	1	2	2	2	3	2	3	59	
40	40	2	2	1	3	2	2	3	1	2	3	3	1	3	2	1	2	1	3	2	2	3	1	2	2	3	2	2	2	58	
41	41	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3	2	2	3	2	74	
42	42	1	4	2	2	1	4	2	2	1	4	3	2	3	3	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	4	1	4	61	
43	43	2	4	1	1	2	4	1	1	2	4	2	1	2	3	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	4	2	4	55	
44	44	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	1	2	3	2	2	2	61	
45	45	2	2	4	1	2	2	1	3	2	2	1	4	3	2	4	2	4	1	4	2	1	4	2	2	1	2	2	2	64	
46	46	2	1	2	3	2	1	3	2	2	1	3	2	2	1	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	57	
47	47	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	3	1	3	2	1	2	1	2	2	1	2	2	50	
48	48	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	1	2	3	2	2	2	3	1	2	2	58	
49	49	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	56	

Halaman Ini Sengaja Dikosongkan

Lampiran 3.A Hasil Perhitungan Validitas Kuisisioner Harapan

Correlations

		T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	T15	R1	R2	R3	R4	R5	A1	A2	A3	RES1	RES2	RES3	E1	E2	TOTALSK	
T1	Person Correlation	1	.476*	-.049	.042	.166	.096	.178	.213	.025	.029	.070	-.033	.327	.124	.127	.147	.133	.223	.142	.271	.124	.043	.266	.126	.352	.187	.178	.091	.012	365*
	Person Correlation		.001	.739	.761	.255	.513	.242	.141	.863	.842	.631	.824	.022	.401	.198	.363	.124	.331	.059	.397	.769	.065	.410	.013	.198	.220	.532	.825	.010	.010
	N		49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49
T2	Person Correlation		.476*	1	.114	.230	.133	.030	.090	.212	.102	.084	.204	.171	.159	-.075	.252	.241	.210	.267	.103	.229	.043	.135	-.060	.331*	.252	-.168	.310*	.108	.414*
	Person Correlation		.001		.435	.112	.361	.835	.540	.143	.484	.586	.159	.241	.274	.607	.081	.095	.148	.064	.483	.114	.770	.355	.680	.020	.081	.249	.030	.462	.003
	N		49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49
T3	Person Correlation		-.049	.114	1	.197	.077	.027	.025	.178	.139	.257	.183	.351	.181	.125	.244	.272	.146	.278	.386*	.418*	.310*	.204	.056	.378*	.244	.146	.135	.438*	.475*
	Person Correlation		.001		.435	.112	.361	.835	.540	.143	.484	.586	.159	.241	.274	.607	.081	.095	.148	.064	.483	.114	.770	.355	.680	.020	.081	.249	.030	.462	.003
	N		49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49
T4	Person Correlation		.042	.166	.197	1	.165	.068	.101	.383*	.275	.288*	.043	.032	.077	.294*	.402*	.534*	.330*	.212	.279	.038	.150	.155	.437*	.030	.402*	.306*	.477*	.395*	.575*
	Person Correlation		.761	.112	.175	.077	.257	.645	.492	.007	.056	.045	.767	.828	.598	.040	.004	.000	.020	.144	.052	.794	.303	.286	.002	.839	.004	.033	.001	.005	.000
	N		49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49
T5	Person Correlation		.166	.133	.077	.165	1	.461*	.214	.221	.113	-.046	.250	.108	.205	.138	-.149	.183	.199	.167	.220	-.102	.092	.097	.061	.017*	-.149	.073	.044	-.033	.329*
	Person Correlation		.255	.361	.599	.257	.438	.007	.001	.171	.127	.438	.400	.408	.158	.241	.349	.108	.307	.178	.129	.048	.531	.530	.585	.075	.490	.307	.613	.763	.821
	N		49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49
T6	Person Correlation		.096	.030	.027	.068	.461*	1	.484*	.172	.257	.033	.371*	.222	.335*	.062	-.268	.218	.026	-.056	-.118	.138	.052	.082	.183	.069	-.268	.082	-.089	.016	.345*
	Person Correlation		.513	.835																											

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Halaman Ini Sengaja Dikosongkan

Lampiran 3.B Hasil Perhitungan Validitas Kuisioner Kepuasan

Correlations

	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	T15	R1	R2	R3	R4	R5	A1	A2	A3	RES1	RES2	RES3	E1	E2	TOTALSK
T1																													
Person Correlation	1	-.004	-.142	-.073	.563**	.113	-.169	-.224	.399*	-.053	.035	-.136	.828**	.005	-.152	.894**	-.109	-.215	-.151	.939**	-.169	-.178	.664**	.894**	-.200	-.092	.838**	-.116	.396**
Sig. (2-tailed)		.977	.329	.607	.000	.439	.246	.121	.000	.710	.811	.350	.000	.973	.297	.000	.455	.137	.301	.000	.246	.221	.000	.000	.169	.528	.000	.428	.005
N	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49
T2																													
Person Correlation	-.004	1	.054	.068	.049	.706**	.076	-.124	-.018	.553**	.164	-.118	.151	.487**	-.112	-.049	-.221	-.006	-.205	-.018	.053	-.056	.021	-.049	.013	.748**	-.045	.445**	.352**
Sig. (2-tailed)																													
N	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49
T3																													
Person Correlation	-.142	.054	1	-.157	-.020	-.003	-.126	.323*	-.152	-.107	-.071	.768**	.168	-.078	.795**	.159	.702**	-.166	.343*	-.152	-.149	.814**	-.067	-.159	-.208	-.010	-.117	-.112	.361**
Sig. (2-tailed)		.329	.713	.282	.891	.984	.388	.024	.297	.462	.629	.000	.250	.596	.000	.277	.000	.255	.016	.297	.308	.000	.648	.277	.151	.948	.422	.441	.011
N	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49
T4																													
Person Correlation	-.075	.068	-.157	1	-.061	.012	.755**	.250	-.119	.090	.353*	-.103	-.149	.151	-.113	-.124	-.158	.728**	.091	-.119	.695**	-.087	-.006	-.124	.537**	.069	-.050	.113	.346**
Sig. (2-tailed)		.607	.645	.282	.678	.936	.000	.084	.414	.539	.013	.479	.308	.299	.441	.394	.279	.000	.533	.414	.000	.551	.966	.394	.000	.640	.734	.440	.015
N	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49
T5																													
Person Correlation	.565**	.049	-.020	-.061	1	.111	-.005	.123	.630**	.046	-.010	.065	.459**	.101	.029	.570**	.000	-.013	.121	.630**	-.005	.003	.430**	.570**	.002	.049	.534**	-.039	.508**
Sig. (2-tailed)		.000	.736	.891	.678	.406	.972	.402	.000	.752	.945	.655	.001	.489	.842	.000	.684	.927	.408	.000	.972	.965	.002	.000	.990	.736	.000	.788	.000
N	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49
T6																													
Person Correlation	-.113	.706**	-.003	.012	.111	1	.036	-.084	.044	.691**	.182	-.107	.258	.657**	-.028	-.042	-.114	-.105	-.089	.044	.015	-.063	-.036	-.042	-.064	.439**	-.036	.419**	.383**
Sig. (2-tailed)		.439	.000	.984	.936	.446	.805	.567	.765	.000	.210	.463	.073	.000	.850	.777	.434	.475	.543	.765	.918	.667	.002	.806	.777	.665	.002	.804	.003
N	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49
T7																													
Person Correlation	-.169	.076	-.126	.755**	-.005	.036	1	.405**	-.177	-.021	.355*	-.159	-.243	.065	-.096	-.217	-.164	.968**	-.036	-.177	.977**	-.096	-.029	-.217	.818**	.141	-.139	.000	.369**
Sig. (2-tailed)		.246	.606	.388	.000	.972	.005	.004	.224	.885	.012	.276	.092	.655	.513	.135	.261	.000	.806	.224	.000	.513	.844	.135	.000	.334	.341	.000	.009
N	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49
T8																													
Person Correlation	-.224	-.124	.323*	.250	.123	.084	.405**	1	-.292	-.154	.029	.374**	-.240	-.286	.129*	.394**	.416**	-.129	.346**	.416**	.369**	-.129	.338**	-.129	.338**	-.129	.338**	-.129	.338**
Sig. (2-tailed)		.121	.395	.024	.084	.402	.567	.004	.187	.292	.843	.057	.084	.621	.005	.096	.040	.010	.002	.187	.004	.009	.378	.096	.018	.200	.140	.132	.025
N	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49
T9																													
Person Correlation	.939**	-.018	-.152	-.119	.630**	.044	-.177	-.192	1	-.062	-.007	-.140	.844**	-.004	-.160	.959**	-.119	-.191	-.118	1.000**	-.177	-.186	.705**	.959**	-.175	-.039	.920**	-.114	.421**
Sig. (2-tailed)		.000	.905	.297	.414	.000	.765	.224	.187	.675	.964	.339	.000	.977	.271	.000	.417	.189	.419	.000	.224	.201	.790	.000	.230	.790	.000	.435	.003
N	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49
T10																													
Person Correlation	-.055	.557**	-.107	.190	.046	.691**	-.021	-.154	-.062	1	.231	-.009	.128	.649**	-.119	-.181	-.187	-.029	.016	-.042	-.047	-.119	-.259	-.100	-.042	.484**	-.148	.597**	.237**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.462	.539	.752	.000	.885	.292	.675	.410	.000	.416	.495	.213	.146	.495	.213	.146	.495	.213	.146	.495	.213	.146	.495	.213	.146	.495
N	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49
T11																													
Person Correlation	.035	.164	-.071	.353*	-.010	.182	.355*	.029	-.007	.231	1	.044	.105	-.044	.015	-.049	-.042	.353*	.015	-.007	.355*	.015	-.163	-.049	.372**	.172	-.090	.340**	.344**
Sig. (2-tailed)		.811	.262	.629	.013	.945	.210	.012	.843	.964	.111	.763	.473	.766	.918	.739	.774	.013	.920	.964	.012	.918	.263	.739	.008	.236	.538	.017	.015
N	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49
T12																													
Person Correlation	-.136	-.118	.768**	-.103	.065	.107	-.159	.273	.140	-.047	.044	1	-.169	-.163	.923**	-.197	.721**	-.146	.560**	-.146	.938**	-.143	-.197	-.152	-.146	-.202	-.023	.387**	
Sig. (2-tailed)		.350	.421	.000	.479	.655	.463	.276	.057	.339	.748	.763	.245	.264	.000	.174	.000	.259	.000	.339	.176	.000	.325	.174	.298	.317	.163	.874	.006
N	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49
T13																													
Person Correlation	.828**	.151	-.168	-.149	.459**	.258	-.243	-.250	.844**	.120	.105	-.169	1	.101	-.176	.799**	-.097	-.302*	-.171	.844**	-.243	-.201	.546**	.799**	-.246	.021	.751**	.074	.376**
Sig. (2-tailed)		.000	.301	.250	.308	.001	.073	.092	.004	.000	.417	.473	.245	.000	.488	.226	.000	.506	.035	.241	.000	.092	.166	.000	.008	.886	.000	.615	.007
N	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49
T14																													
Person Correlation	.005	.487**	-.078	.151	.101	.657**	.065	-.072	-.004	.649**	-.044	-.163	.101	1	-.160	-.004	-.095	.007	-.145	-.004	.039	-.182	.032	-.004	-.105	.450**	.048	.457**	.294**
Sig. (2-tailed)		.973	.000	.596	.299	.489	.000	.655	.621	.977	.000	.766	.264	.488	.000	.721	.977	.518	.960	.319	.977	.789	.210	.827	.976	.472	.001	.746	.040
N	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49
T15																													
Person Correlation	-.152	-.112	.762**	-.113	.029	-.028	-.165	-.119	.035	.923**	-.176	-.169	1																

Halaman Ini Sengaja Dikosongkan

Lampiran 4.A. Tabulasi hasil Ujicoba Kuesioner Harapan

TABULASI DATA TINGKAT HARAPAN WISATA TALANG SIRING

[illegible][illegible]

Halaman Ini Sengaja Dikosongkan

Lampiran 4.B. Tabulasi hasil Uji coba Kuesioner Kepuasan

TABULASI DATA TINGKAT KEPUASAN WISATA TALANG SIRING

No.	Responses	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	T15	R1	R2	R3	R4	R5	A1	A2	A3	R5S1	R5S2	R5S3	E1	E2	TOTAL	
1	1	1	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78	
2	2	2	5	3	2	2	1	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	1	5	2	65	
3	3	1	2	2	3	3	1	1	3	2	2	1	1	1	1	3	2	2	3	3	1	3	2	4	3	2	3	3	2	72	
4	4	4	2	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	72		
5	5	5	4	3	2	2	4	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	3	2	60	
6	6	6	4	4	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	1	3	2	2	2	3	3	2	3	69	
7	7	2	5	3	3	2	2	5	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	77	
8	8	8	8	3	2	2	5	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	66		
9	9	1	2	2	2	1	2	3	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	47	
10	10	3	2	2	2	1	3	3	1	1	2	1	1	3	4	1	3	3	3	1	1	3	1	3	3	3	1	3	1	71	
11	11	2	3	2	2	2	3	4	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	3	4	2	3	3	3	3	4	2	1	71	
12	12	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	71	
13	13	2	3	1	1	1	1	3	1	1	2	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	70	
14	14	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	1	3	2	2	3	2	3	4	3	3	2	2	3	3	2	3	70	
15	15	1	3	2	3	4	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	70	
16	16	1	1	2	2	3	3	3	1	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	70	
17	17	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	72	
18	18	1	2	2	2	2	2	5	3	3	1	2	2	2	2	2	2	1	2	5	2	3	5	2	1	1	5	2	1	71	
19	19	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	72	
20	20	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
21	21	1	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	1	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	69
22	22	2	3	5	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4	2	2	2	3	2	2	3	2	1	64
23	23	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	42	
24	24	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	2	3	2	2	3	2	71
25	25	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	5	2	3	2	3	5	2	5	2	2	2	2	2	2	67
26	26	1	1	4	2	2	2	1	3	3	1	1	2	4	3	1	4	1	4	2	4	3	2	4	1	1	1	1	1	1	55
27	27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
28	28	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	4	2	1	2	2	2	2	1	2	2	51
29	29	1	3	3	4	2	3	5	4	1	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	1	5	3	2	2	1	5	3	77	
30	30	4	1	1	2	1	1	2	1	4	1	2	1	4	1	1	4	1	2	1	4	2	1	4	2	1	4	1	4	1	59
31	31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
32	32	2	1	1	2	2	1	2	3	2	2	1	2	2	2	1	3	2	2	3	2	4	2	2	3	3	2	2	1	56	
33	33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	3	3	82	
34	34	2	1	5	2	2	2	1	2	3	2	1	2	5	2	1	5	2	5	2	4	2	2	5	2	5	2	2	2	1	68
35	35	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	3	1	1	2	2	2	2	70	
36	36	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	75	
37	37	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	4	2	2	2	2	2	2	3	3	70	
38	38	1	3	4	3	3	3	3	1	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	1	2	3	1	4	3	3	3	3	76	
39	39	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	70	
40	40	2	2	1	3	2	2	2	3	3	1	2	3	1	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	58
41	41	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	74	
42	42	1	4	2	2	1	4	2	2	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	2	2	1	2	4	61	
43	43	1	4	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	70	
44	44	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	61
45	45	2	2	4	1	2	2	1	3	2	2	1	4	3	2	2	4	2	4	1	4	2	4	2	4	2	2	1	2	2	64
46	46	1	2	3	3	2	2	1	3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	67
47	47	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	50
48	48	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	3	2	2	2	2	3	1	2	58
49	49	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56
50	50	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
51	51	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	1	3	68
52	52	1	2	2	2	1	3	2	2	3	1	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	66
53	53	2	1	5	2	3	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	60	
54	54	2	1	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	63
55	55	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	58
56	56	2	2	2	1	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	62
57	57	2	1	2	1	2	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	62
58	58	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	66
59	59	2	1	2	2	2	1	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	3	60
60	60	2	1	2	2	2	1	3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	60
61	61	3	2	2	2	2	2	2	2	3	4	2	3	2	2	2	2	2	2	4	2	3	2	2	2	2	2	1	3	2	66
62	62	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	66
63	63	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2																		

JUMHAI	SKALA	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	T15	R3	R2	R3	R4	R5	A1	A2	A3	R1S1	R1S2	R1S3	R1	R2	
	SIM	7	15	16	29	11	23	9	16	13	10	22	14	13	11	20	27	19	17	12	5	6	16	11	20	12	18	11	12	
	TM	60	60	61	58	60	45	52	62	48	36	54	40	54	52	41	34	12	48	43	41	39	40	35	33	35	33	47		
	N	28	19	21	20	19	17	11	21	22	15	25	22	25	22	14	41	22	25	22	14	41	22	14	31	31	31	31	31	
	M	2	4	4	1	1	5	1	1	5	1	1	11	6	2	3	2	5	1	3	4	10	1	1	3	1	1	3	2	
	SM	6	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	DEL1	98	98	98	98	92	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	
	STM	18	15	16	28	11	21	8	8	16	13	8	8	12	14	11	20	26	19	17	12	15	5	16	11	20	12	18	11	14
	TM	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
	N	27	17	18	9	8	2	23	13	19	13	40	22	23	22	17	18	31	30	30	34	33	27	16	18	13	15	30	34	
PRESENTASE	M	2	3	9	2	9	1	1	4	9	2	1	2	9	2	4	9	1	2	9	18	1	1	2	9	7	8	1	2	9
	SM	5	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	DEL1	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	
	STM	18	15	16	28	11	21	8	8	16	13	8	8	12	14	11	20	26	19	17	12	15	5	16	11	20	12	18	11	14

Halaman Ini Sengaja Dikosongkan

Lampiran 6

Nilai Tingkat Kepentingan *Customer Needs*

No	Atribut	Responden					Skor	Rata-Rata
		1	2	3	4	5		
1	Sarana dan prasarana wisata seperti parkir, dan loket	4	4	4	4	4	21	4.2
2	Ketersediaan toilet umum yang ramah lingkungan	5	4	4	5	4	22	4.4
3	Hutan <i>mangrove</i>	5	5	5	4	4	23	4.6
4	Ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata	4	3	4	3	4	18	3.6
5	<i>Event Cultur Tourism</i> seperti atraksi kesenian music saronen	5	5	4	4	3	22	4.4
6	Penginapan yang memadai seperti hotel/homestay dengan konsep ramah lingkungan	3	5	3	4	4	18	3.6
7	Kelestarian dari flora dan fauna	5	5	5	4	4	23	4.6
8	Kebersihan lokasi wisata	4	5	4	5	5	22	4.4
9	Pengelolaan daya tarik melalui promosi yang dilakukan	5	4	4	3	3	21	4.2
10	Tingkat kepuasan wisatawan yang menjadi tujuan utama	4	5	4	3	4	19	3.8
11	Pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama	5	4	3	4	4	20	4
12	Kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan	5	4	5	4	4	22	4.4

Nilai *Goal Customer Needs*

No	Atribut	Responden					Skor	Rata-Rata
		1	2	3	4	5		
1	Sarana dan prasarana wisata seperti parkir, dan loket	4	5	4	4	5	22	4.4
2	Ketersediaan toilet umum yang ramah lingkungan	5	4	5	5	4	23	4.6
3	Hutan <i>mangrove</i>	5	5	5	4	5	24	4.8
4	Ketersediaan angkutan wisata menuju lokasi wisata	4	5	4	5	4	22	4.4
5	<i>Event Cultur Tourism</i> seperti atraksi kesenian music saronen	5	5	4	5	4	23	4.6

6	Penginapan yang memadai seperti hotel/homestay dengan konsep ramah lingkungan	3	5	5	4	4	21	4.2
7	Kelestarian dari flora dan fauna	5	5	5	4	5	24	4.8
8	Kebersihan lokasi wisata	5	5	4	5	5	24	4.8
9	Pengelolaan daya tarik melalui promosi yang dilakukan	5	5	4	3	5	22	4.4
10	Tingkat kepuasan wisatawan yang menjadi tujuan utama	4	5	4	3	5	21	4.2
11	Pengalaman wisatawan yang menjadi tujuan utama	5	4	3	4	5	21	4.2
12	Kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan	5	4	5	4	5	23	4.6

Data Technical Matrix

Atribut	Target	Priority	Own Performance
Menyediakan lahan untuk parkir	4	4.8	21
membangun <i>gate</i> untuk loket	3	0.9	10
Membangun beberapa unit kamar mandi umum yang ramah lingkungan	4	4.3	18
Menyediakan tempat sampah kering dan basah di setiap ruang kamar mandi	4	5.7	22
Konservasi mangrove untuk membantu pemulihan SDA dan dapat menjadi Bank hidup ekosistem pantai	5	7.2	28
Pengembangan kegiatan ekowisata di wilayah pesisir pantai untuk pelestarian ekosistem pesisir pantai	5	4.9	20
Menyediakan alat transportasi khusus ke lokasi obyek wisata	4	4.6	21
Mengadakan <i>event culture tourism</i> yang dilakukan secara rutin	5	7.1	30
Mengikuti event nasional dan internasional guna memperkenalkan potensi wisata	4	6.8	29
Mengusulkan dan mendorong pihak-pihak terkait untuk membangun penginapan dengan konsep ramah lingkungan	4	3.4	16
Memberikan bekal edukasi kepada nelayan agar melakukan hal yang benar dalam melakukan aktivitasnya sehingga tidak merusak biota laut	4	6.8	35
Membangun <i>reef ball</i> terumbu karang buatan	4	5.5	22
Membuat peraturan, pelarangan dan sanksi yang dimuat dimedia umum sekitar pantai berupa poster	4	4.7	22
Menyediakan tempat sampah yang lebih strategi ditempat yang padat kunjungan	3	5.4	22
Melakukan kegiatan promosi dari media cetak, membuat web khusus ODTW	4	5.8	24

Melakukan kerja sama dengan investor	3	4.9	22
Meningkatkan amenities agar wisatawan dapat merasakan kenyamanan dan tinggal lebih lama di DTW	5	3.5	15
Meningkatkan daya tarik wisata baik berupa alam, masyarakat dan budaya	5	4.3	16
Mengembangkan SDM dengan menerapkan pendidikan dan aktivitas pendamping kepada masyarakat dan pelaku wisata bahari	4	4.3	17
Upaya peningkatan kepedulian, wawasan, keterampilan dan kemampuan pengelolaan sumberdaya kelestarian lingkungan	4	5.2	20

Menggunakan skala *likert*

1	Sangat Tidak Optimal
2	Tidak Optimal
3	Netral
4	Optimal
5	Sangat Optimal

“halaman ini sengaja dikosongkan”

DAFTAR PUSTAKA

- Ardika, I Gede. 2000. *Beberapa Pokok Pikiran Tentang Pengembangan Wisata Bahari di Bali*. Naskah Lengkap Seminar Nasional. Denpasar. Universitas Udayana.
- Arikunto, Suharsimi. (2009). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariyani, Dwi & Rosinta, Febriana. (2010: 114 – 126). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Vol 17, Nomer 2.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Produksi dan Operasi Edisi Revisi*. Lembaga Penerbit FE-UI, Jakarta, 2004
- A.Yoeti, Oka. 1985. *Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita
- A.Yoeti, Oka. 1995. *Tours and Travel Management*, edisi revisi. Jakarta:PT Pradnya Paramita.
- A.Yoeti, Oka. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Burns, Alvin C and Bush R.F. 2000. *Marketing Research*. 3th ed. Englewood Cliff, New Jersey: Prentice-Hall.
- Cernea, 1991 dalam Niki Eistus Lewaherilla, 2002, *Pariwisata Bahari; Pemanfaatan Potensi Wilayah Pesisir dan Lautan*, Bogor.
- Cohen, L. 1995. *Quality Function Deployment: How to Make QFD Work for You*. Addison Wesley.
- Cooper, D.R. and Emory, C.E., 1995. *Business Research Methods*, 5th Edition, Richard D. Irwin. Inc.
- Damanik, Janianton dan Helmut F. Weber. 2006. *Perencanaan Ekowisata Dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fandeli, C. (2002). *Perencanaan Kepariwisata Alam*. Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada, Bulaksumur, Yogyakarta
- Fandy Tjiptono, 2006, *Manajemen Pelayanan Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta.

- Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Faulkner, B. 1997. *Tourism Development in Indonesia. In Big Prespective. Proceeding on the Training and Workshop of Planning Sustainable Tourism*. Penerbit ITB. Bandung
- Gunn, Clare A and Turgut Var. 2002. *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New Yoork. Us
- Hair et al. (2010). *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. Pearson Prentice Hall Molan. Indeks Kelompok Gramedia.
- Hermawan Kartajaya. 2010. *Brand Operation The Official MIM Academy course book*. Jakarta : Esesnsi Erlangga Group.
- Hidayat, Nanang Choirul. 2012. *Strategi Memasarkan Produk Jasa*. Jurnal Ilmiah Progressif. Vol.9, No.25. April.
- Jay Kandampully, Comie Mok, Beverly Sparks. 2008. *Service quality management in hospitality, tourism, and leisure*.
- Johnson, B & Christensen, L. (2012). *Educational Research*. London: SAGE Publication, Inc.
- Keraf. 2000. *Dimensi Budaya Ekologi Pesisir dalam Pengembangan Wisata Bahari*. Naskah Seminar, Denpasar Kajian Budaya Universitas Udayana
- Kotler dan Armstrong, 1994, *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, Jilid Satu, Intermedia, Jakarta.
- Kolter, Thomas C. dan Taylor, Jamea R., 1997, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol*, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 1, Penerbit PT. Prehalllindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Laporan Akhir: Rencana Strategi Pengembangan Pariwisata Kabupaten Pamekasan tahun, 2011. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pamekasan.
- Laporan Akhir: Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Pamekasan tahun, 2010. Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kabupaten Pamekasan.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Malhotra, N.K. 2004. *Marketing Research: An Applied Orientation. 4th Edition*.

New Jersey: Pearson Education Inc.

Martilla, J. and James, J. (1977), '*Importance-Performance Analysis*', Journal of Marketing, 41(1), 77-79.

Muluk, Asmuliardi, (2008), "Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan (Studi Kasus pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Padang)", Jurnal Ilmiah Teknik Industri: Optimasi Sistem Industri, Vol. 8, No. 1.

Mc. Intosh. 1995. *Tourism Principles, Practices, Philosophies*.

Mulyadi, Dedi. dkk., 2012. "*Analisa Strategi Pemasaran Jasa Lembaga Pembiayaan Non Bank pada PT. Oto Multiartha Karawang*". Jurnal Manajemen. Vol.09, No.2.

Musenaf, Drs. 1995. Manajemen usaha pariwisata

Nana Syaodih Sukmadinata. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Rosdakarya.

Nurwandi dan Sujana, 2009. "*Analisis Strategi Pemasaran dalam Memasarkan Produk Jasa*". Jurnal Ilmiah Ranggagading. Vol.9, No.2.

Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L. (1985). *A conceptual model of service quality and its implications for future research*. Journal of marketing, Vol. 49, (Fall 1985), pp. 41-50.

Parasuraman A., Zeithaml, V., et.al, 1990, *Delivering Quality Service*, The Free Press Maxwell Macmillan, Canada.

Raharja, Teguh. 2014. *Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan Service Quality (Servqual) dan Quality Function Deployment (QFD) dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan*. Tesis Magister Teknik Industri Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya.

Risdawati Balgis (2013). *Dampak Pembangunan Wisata Bahari Lamongan terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Lamongan*. Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Salah Wahab. (1976). *Tourism Management*. Pt. Pradnya Paramita, Jakarta.

Siti Nurisyah, 2001. "*Rencana Pengembangan Fisik Kawasan Wisata Bahari di Indonesia*". 2, 2000. Wilayah Pesisir Indonesia. Buletin Taman Dan Lanskap Perencanaan, Perancangan dan Pengelolaan Volume 3, Nomor Studio Arsitektur Pertamanan Fakultas Pertanian IPB Bogor.

- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Soekadijo, R.G. 1996. *Anatomi Pariwisata (Memahami Pariwisata sebagai "Systemic Linkage")*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Soewarso, 1996. *Analisis Strategi Pemasaran PT. Tirta Megah Cendana Semarang*. Tesis Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro.
- Travers, M.W. Robert, (1978), *An Introduction ti Educational Research*. (edisi ke-4) New York: MacMillan Publishing Co., Inc.
- Tjiptono, F., 2002. *Manajemen Jasa*, Edisi II. Cetakan ketiga, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Widayat & Amirullah, 2002, *Riset Bisnis*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Wijaya, Tony. (2011), *Manajemen kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*, PT. Indeks, Jakarta.
- Wheat, 1994 dalam Nikki Eistuis Lewaherilla, 2002, *Pariwisata Bahari; Pemanfaatan potensi Wilayah Pesisir dan Lautan*, Bogor.
- Zeithaml, Valarie, A. Parasuraman and Leonard L. Berry. (1990). *Devering Quality Service*. New York: The Free Press.

BIODATA MAHASISWA



I. IDENTITAS

Nama : Alifiana Hafidian Rizkiyani
Tempat dan Tanggal Lahir : Pamekasan, 17 Desember 1990
Kebangsaan : Indonesia
Alamat : Jl. Nyalabu Indah Blok A No 14 Pamekasan,
Madura
CP : 081217861234
E-mail : alifianahr@yahoo.com

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

No	Jenjang	Sekolah/Akademik/Perguruan Tinggi (termasuk jurusan)	Tahun Lulus	Kota	Nilai Rata-Rata Ijazah/IPK
1.	SD	SDN Barkot 1	2003	Pamekasan	7.70
2.	SLTP	SMP Negeri 1	2006	Pamekasan	9.73
3.	SLTA	SMA Negeri 1	2009	Pamekasan	9.07
4.	S1	ITS	2013	Pamekasan	3.36

III. PENGALAMAN

No	Nama Kegiatan /Organisasi	Sebagai	Rentang Waktu
1.	Himpunan Mahasiswa Planologi ITS	Staf Minat Bakat	2010-2011
2.	Himpunan Mahasiswa Planologi ITS	Sekretaris Departemen Seni dan Olahraga	2011-2012

IV. KARYA TULIS

1. Hafidian Rizkiyani, Alifiana. 2013. *Pengembangan Kawasan Wisata Pesisir Pantai Talang Siring di Kabupaten Pamekasan*. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

V. MOTTO

“BUKAN KARENA BISA ATAU TIDAK BISA TAPI KARENA MAU ATAU TIDAK MAU KALAU KITA MAU PASTI KITA BISA”

“halaman ini sengaja dikosongkan”